Maurício Meger

PLANO DE NEGÓCIOS
LAN HOUSE

Proposta para conclusão do curso de
Especialização em Empreendedorismo.
Universidade Federal do Paraná.
Orientador: Professor Paulo Henrique
Muller Prado

CURITIBA
2004

ÍNDICE

1) INTRODUÇÃO

O empreendedorismo se dá através de indivíduos dispostos a promover mudanças para a evolução da sociedade. A figura do empreendedor é essencial para o crescimento sócio-econômico do país. No Brasil, muitas pessoas possuem esta capacidade empreendedora, sendo indivíduos com idéias inovadoras que podem ser reproduzidas em qualquer lugar onde exista um problema ou oportunidade de negócio.

A escolha para o trabalho da disciplina de plano de negócios do curso de Especialização em Empreendedorismo foi uma loja de jogos virtuais, um conceito muito recente na área de entretenimento. As denominadas Lan Houses são a nova febre no setor de jogos, onde diversos computadores são interligados em rede, para que várias pessoas possam participar do mesmo jogo.

O objetivo do trabalho é identificar os vários aspectos necessários para abertura de um negócio, tais como: conceito de negócio, estudo de mercado, análise de aspectos mercadológicos, aspectos técnicos do empreendimento, aspectos jurídicos, tributários, financeiros, e organizacionais, tais como processos de treinamentos e recrutamento e seleção de pessoas.

2) CRONOGRAMA

	MAIO	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN
Análise aspectos mercadológicos	X	X	X						
Análise aspectos técnicos		X	X						
Análise aspectos financeiros			X	X	X				
Processo de recrutamento e seleção				X	X				
Processo de treinamento					X	X			
Implementação do projeto						X	X	X	X

3) ASPECTOS MERCADOLÓGICOS

3.1) Qual é o nosso negócio?

O negócio que estamos analisando para abrir é uma Lan House. Fisicamente, a loja é caracterizada por diversos computadores de última geração conectados em rede em um ambiente Hi-tech, com ar-condicionado e poltronas confortáveis, onde muitos jogadores se divertem com as últimas novidades do ramo de jogos, todos conectados em um único ambiente virtual. Elas utilizam a moderna tecnologia como meio e estão iniciando uma revolução nas opções de entretenimento, permitindo a interação entre dezenas de jogadores através de uma rede local de computadores.

O conceito de Lan House foi inicialmente introduzido e difundido na Coréia em 1996. No Brasil foi em1998 pelas mãos do empresário Sunami Chun, fundador de uma das redes de Lan House mais conhecidas, a Monkey, que tem 58 lojas em 11 estados. Durante uma viagem de estudos à Coréia do Sul, Chun percebeu a "febre" das Lan Houses. Em Seul, chegou a presenciar a existência de até seis lojas em uma mesma quadra. Todas cheias.

No momento a Lan House tem sido um "boom" neste mais novo setor da economia. Há mais de 25 mil casas na Coréia e 15 mil nos EUA, no Brasil há pouco mais de 600 cyber cafés e lan houses. Um campo enorme para se explorar.

Como o aumento de casas no Brasil, a idéia de games em Lan está difundindo entre todas as tribos de jovens e de profissionais, ou seja, aumenta o número de Lan House aumenta o público-alvo. Muitas pessoas que mal sabiam que existia uma casa dessas, acabam conhecendo. O Brasil tem muito a crescer neste ramo e tem muito público para ele, ainda é pouco divulgado, mas tende a se tornar mais conhecido na medida que vai crescendo.

Quanto à tendência e a sua duração a avaliação pode ser feita desde a época do atari onde os games chamavam a atenção da juventude, depois veio a Nintendo, Super Nintendo, PlayStation, Nintendo 64 e outros, deixando cada vez os games mais reais. Mas apenas agora, com as Lan Houses, o jogador tem a oportunidade de jogar com um time contra outro e é isso que chama a atenção dos jogadores. Pode-se mudar o jogo, o Counter-Strike pode virar um jogo obsoleto como hoje é o atari, mas a mania dos games nunca será passageira.

3.2) O Conceito do Negócio

Possíveis grupos de clientes

- Crianças entre 5 e 11 anos.
- Adolescentes entre 12 e 18 anos.
- Jovens entre 19 e 29 anos.
- Adultos entre 30 e 60 anos.
- Escolas primárias e colegiais.
- Escolas de informática e inglês.
- Pais dos possíveis clientes.

Possíveis necessidades dos grupos de clientes

- Entretenimento
- Diversão
- Competição
- Formação de grupos

A necessidade dos clientes

- Necessidade de diversão.
- Desejo de competir.
- Necessidades de interagir.
- Participar de uma "Luta Real", coisas que os jogos permitem (necessidades intrínsecas, não perceptivas).
- Entretenimento.
- Aceitação em grupos e disputa entre amigos.
- Temos uma cultura brasileira fortemente aliada à competição vista nos ídolos de futebol. Facilmente criam-se grupos de torcedores, de fãs ou de estilos que torcem juntos, mas que ao mesmo tempo competem entre si, disputam e lutam em grupo e individualmente.

Possíveis formas de como atender às necessidades dos grupos de clientes

- A Lan House já é um a casa de entretenimento e diversão, um local de encontro dos grupos, seus jogos em rede permitem uma "luta real", jogar contra pessoas, disputa entre amigos e desconhecidos, os jogos são variados, para cada gosto.
- O nosso público inicial será da faixa-etária dos 15 anos aos 30. Pretendemos atingir ainda mais as necessidades dos nossos possíveis clientes com um atendimento diferenciado, queremos ser posicionar neste aspecto. Contrataremos monitores que serão treinados para atenderem e solucionarem dúvidas, entre outras coisas, mas que também serão um ícone para a nossa empresa, um rapaz que fale a mesma língua, se vista como eles, tenha atitudes similares e entenda muito dos jogos (isto para atingir o público mais novo).
- Trabalharemos com pacotes especiais, promocionais, e alguns benefícios para determinadas situações (exemplo: O pacote Reservas: Quem ligar com uma antecedência de 2 horas e agendar a quantidade de máquinas que seu grupo irá precisar, além de não precisar esperar e ter as máquinas prontas ganha mais uma hora grátis para a turma), assim o público mais velho que deseja reunir os amigos e agendar, ganha descontos.

- Terão a opção do cartão pré-pago para controle de gastos e um sistema de monitoria para os pais observarem seus filhos pelo computador nas suas casa.
- No ambiente terá um hall de entrada com sofá, mesas para conversas e espera e duas máquinas, uma de refrigerante e outra de salgadinhos. Além de a loja estar situada num shopping, o que abre as possibilidades para compras e divertimento e um ambiente gostoso para reunir a galera.

3.3) ANÁLISE DAS OPORTUNIDADES DE MARKETING

3.3.1) Ambiente Tecnológico

Variáveis	P.O.	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
• Tendência de redução do custo de infra-estrutura.	Alta	• Maior capacidade de renovação e ampliação do parque.	• Aumento da concorrência.	• Investir continuamente no parque.
• Aumento da sofisticação dos jogos em rede.	Alta	• Maior atratividade para o público.	• Alto grau de investimentos nos equipamentos e Hardware e software.	• Buscar parceria com fornecedores de Hardware e Software.

3.3.2) Ambiente Econômico

Variáveis	P.O.	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
• Oscilação do dólar.	Médio	• Baixo. Maior capacidade de investimentos.	• Alto. Menor capacidade de investimento.	• Buscar parcerias.
• Aumento das tarifas telefônicas.	Baixo	• Aumenta o fluxo das pessoas que jogam em casa na Lan house.	• Aumento do custo por hora de serviço. Não conseguir atender a demanda. Baixa oferta.	• Ampliar a estrutura.

3.3.4) Ambiente Cultural e de Estilo de Vida

Variáveis	P.O.	Oportunidades	Ameaças	Como reagir
• Nova forma de interação entre pessoas e grupos.	Alta	• Explorar o impulso de competição.	• Que a tendência seja apenas modismo.	Revitalizar constantemente o negócio.
• Formulação de parcerias com empresas afins.	Alta	• Aumentar a freqüência e formar convênios financeiros.	• Perda de foco em relação ao "core business".	• Restringir os convênios ao mínimo necessário.
• Visão ainda distorcida em relação às pessoas mais antigas.	Alta	• Mudar esta visão (cultura) em relação aos jogos eletrônicos e a Lan House.	• Distorção de informações e resistência a mudanças.	Fazer trabalhos ou peças promocionais divulgando os benefícios da Lan House junto com depoimentos de especialistas, psicólogos, psiquiatras.

3.4) ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Existem diversos concorrentes em Curitiba, analisando concorrentes diretos e indiretos, porém estaremos focando a nossa atenção nos concorrentes que estejam localizados num raio de 1Km do Shopping Água Verde, onde a nossa Lan House estará atuando. Sejam eles, outras Lan Houses ou qualquer outra forma de entretenimento (Cinema, locadora, clubes, bingo, fliperama, etc).

Também estaremos aproveitando a pesquisa para colher informações quanto a possíveis clientes, como escolas, entidades, creches para futuras negociações e para verificar lugares que propiciem divulgação, como praças, parques, etc, para que possamos estar agindo na frente dos nossos concorrentes.

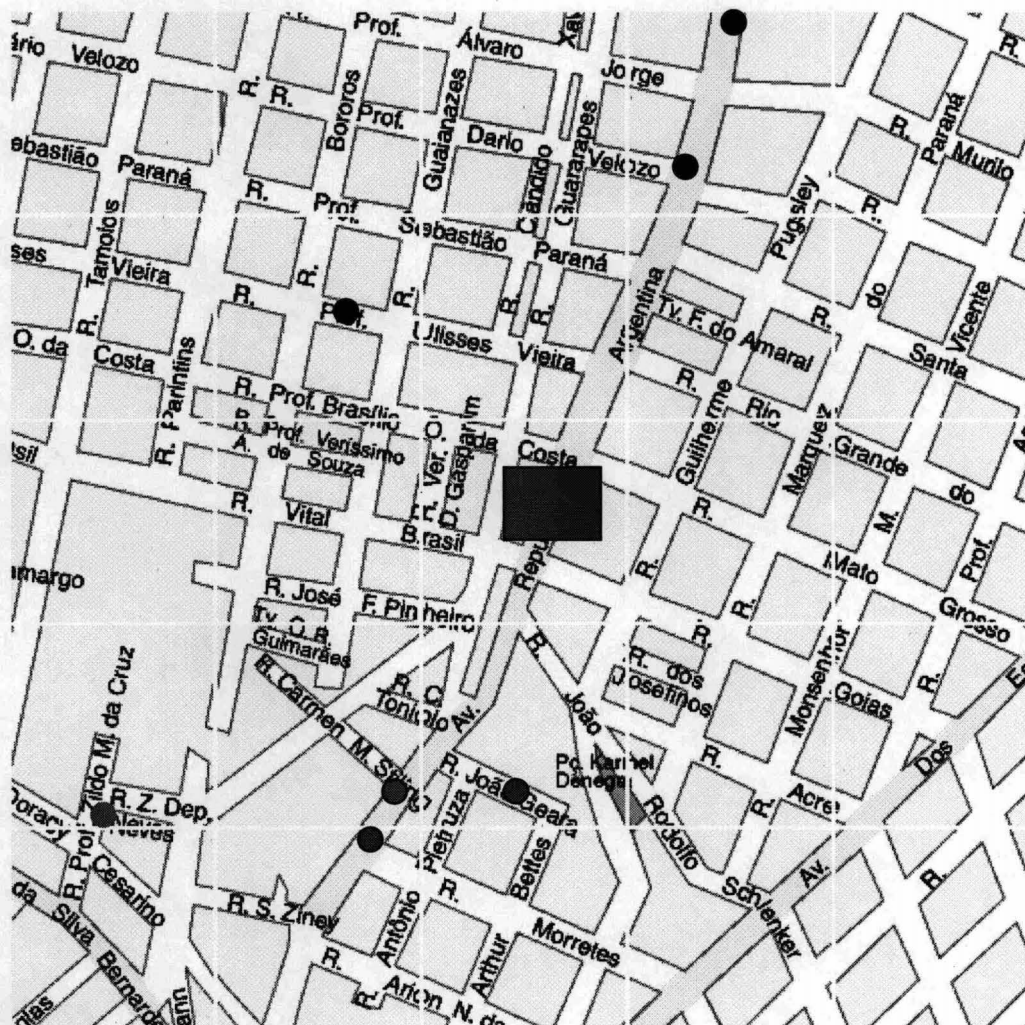
Estas Tabelas são partes integrantes do site do IPPUC, retirada pela internet. Na primeira encontramos informações gerais sobre atividades econômicas, que auxiliou na

busca dos concorrentes e a segunda tabela forneceu um dado importante sobre escolas, que permitirá parcerias e divulgação.

Atividades Econômicas			
Indicador	Bairro	Regional	Cidade
Agências Bancárias (2001)	13	44	290
Comércio 1999 (Fonte: SEFA)	808	5.138	26.572
Indústrias 1999 (Fonte: SEFA)	140	1.114	4.566
Serviços 1999 (Fonte: SEFA)	186	1.042	5.758
Shoppings (2001)	1	3	19

Educação			
Indicador	Bairro	Regional	Cidade
Escolas Estaduais (2001)	3	33	165
Escolas Municipais (2003)	2	44	159

Realizamos uma pesquisa a campo (no bairro Água Verde) dentro do raio estipulado e verificamos alguns concorrentes, um deles nos surpreendeu, pois abriu recentemente a sua loja próxima do shopping, numa distância de aproximadamente 200m (uma quadra, lembrando que algumas quadras são maiores e outras menores). O outro também está na mesma rota, mas não tão próximo. Também verificamos um potencial de clientes relativamente bom. Todas estas informações estão no mapa abaixo e logo após o mapa inserimos também comentários de outras Lan Houses que visitamos, mas que não estão no nosso possível campo de atuação. Lembramos que o mapa á representativo e que as distâncias não estão em medidas reais.

3.5) LOCALIZAÇÃO DE CONCORRENTES E CLIENTES EM POTENCIAL

Shopping Água Verde

CONCORRENTES

- Lan House NEO
- Serviço "Navegue na Internet"

CLIENTES EM POTENCIAL

- FISK Escola de Idiomas
- Wizard Escola de inglês
- Escola Cidadã
- Colégio Estadual Pedro Macedo
- Colégio SPEI

AlphaXpirience

Oferece acesso à internet, jogos em rede, jogos on-line e cyber café.
Comporta 30 computadores.
Oferece 20 jogos.
Possui refrigerador com refrigerantes e chás.
Notoriedade: Bom
Qualidade de serviços: Bom
Agressividade Comercial: Regular
Comunicação com clientes: Bom
Linha de Produtos: Bom
Adaptação de Necessidades: Ótimo
Qualidade no Atendimento: Bom
Localização: Bom

Mr. NET

Oferece acesso a internet, jogos em rede, jogos on-line.
Comporta 24 computadores.
Oferece 9 jogos.
Possui refrigerador com refrigerantes e chás.
Notoriedade: Regular
Qualidade de serviços: Bom
Agressividade Comercial: Regular
Comunicação com clientes: Bom
Linha de Produtos: Bom
Adaptação de Necessidades: Bom
Qualidade no Atendimento: Ótimo
Localização: Bom

Mega Cyber Center

Oferece acesso a internet, jogos em rede, jogos on-line, cyber café e bar.

Comporta 150 computadores.

Oferece 30 jogos.

Possui refrigerador com refrigerantes e chás.

Notoriedade: Ótimo

Qualidade de serviços: Excelente

Agressividade Comercial: Excelente

Comunicação com clientes: Bom

Linha de Produtos: Excelente

Adaptação de Necessidades: Excelente

Qualidade no Atendimento: Ótimo

Localização: Bom

Não podemos deixar de comentar que no próprio shopping encontramos concorrentes indiretos, como o cinema.

Analisando nossos concorrentes diretos, vemos que eles objetivam o lucro e usam então do entretenimento para alcança-lo, acreditam que o diferencial está em oferecer sempre os últimos lançamentos de jogos e reagem assim diante de seus concorrentes. Por outro lado negligenciam no atendimento, ponto que desejamos nos posicionar.

Os nossos concorrentes indiretos, como mencionado o cinema do próprio shopping trabalha com filmes de últimos lançamentos, mas que não oferece uma estrutura melhor comparando com outros cinemas, e uma vez já visto o filme dificilmente a pessoa voltará assistir de novo, pode-se locar o filme se desejar. O que por outro lado os jogos sempre instigarão a novas jogadas. Não foram encontradas locadoras dentro do nosso raio.

3.6) AVALIAÇÃO DA EMPRESA – PONTOS FORTES E PONTOS FRACOS

Pontos Fortes: Tendência; Novidade; Segurança; Mercado pouco explorado.

Pontos Fracos: Investimento elevado; renovação de tecnologia constante; Legislação limitadora de idade: Adolescentes menores de 12 anos somente acompanhados dos pais ou responsáveis, adolescentes entre 12 e 16 anos permanência até às 22:00h, adolescentes entre 16 e 18 anos, permanência até às 24:00, e após somente maiores de 18 anos.

- **Pontos Fortes:** Tendência e Novidade
- **Ação Prioritária:** Estar atento às novas perspectivas futuras mediante a atualização por revistas, feiras e fornecedores.

- **Ponto Forte:** Segurança
- **Ação Prioritária:** Comprar um software de segurança para os equipamentos e para segurança local, fazer uma parceria com o shopping através de monitoramento remoto.

- **Ponto Forte:** Mercado Pouco Explorado
- **Ação Prioritária:** Abrir Lan House no bairro de maior concentração de nosso público.

- **Ponto Forte:** Oferecer a oportunidade para as pessoas que não tem poder aquisitivo para obter um computador e os jogos.
- **Ação Prioritária:** Fazer parcerias com escolas ou empresas que querem fazer o seu marketing.

- **Ponto Forte:** Os jogos melhoram a percepção visual, espacial e o raciocínio lógico e estratégico nos participantes.

- **Ação Prioritária:** Divulgar essas informações através das propagandas e em divulgação nas escolas.

- **Ponto Fraco:** Investimento elevado
- **Ação Prioritária:** Parcerias com o shopping (empresários), fornecedores em geral e sócios.

- **Ponto Fraco:** Renovação de tecnologia constante
- **Ação Prioritária:** Negociação com fornecedores.

- **Ponto Fraco:** Legislação limitador de idade.
- **Ação Prioritária:** Cumprir rigorosamente a legislação, lembrando os adolescentes dos seus horários.

- **Ponto Fraco:** Pessoas antigas têm resistência ao novo conceito de jogos
- **Ação Prioritária:** Divulgar depoimentos de psiquiatras e toda a informação oferecida pelas mídias e pesquisas em geral.

- **Ponto Fraco:** A idéias de que games estimulam a violência ou tendem a isolar e alienar os jovens.
- **Ação Prioritária:** Trabalhar com os pais esta questão através de dias promocionais em que os pais podem ir visitar e conhecer o espaço gratuitamente e também oferecer a opção de monitoramento pela internet.

- **Ponto Fraco:** A idéia de que os games viciam.
- **Ação Prioritária:** Oferecer aos pais à ação de comprar cartão de horas para controlar o acesso dos filhos para que não haja excessos.

3.7) NÓS COMO CONSUMIDORES: COMO COMPRAMOS?

Decisão de compra

1) Reconhecimento do Problema

É uma tendência. Necessidade de diversão. Desejo de competir. Necessidades de interagir, participar de uma "Luta Real", coisas que os jogos permitem (necessidades intrínsecas, não perceptivas).

Cultura brasileira fortemente aliada à competição vista nos ídolos de futebol. Facilmente criam-se grupos de torcedores, de fãs ou de estilos que torcem juntos, mas que ao mesmo tempo competem entre si, disputam e lutam em grupo e individualmente.

2) Busca de informações

Comunicação boca-a-boca. Grupos de referência. Líderes de opinião.

Estratégia: apresentar a Lan House para a família como um novo conceito, uma nova imagem; sendo um lugar de diversão aliada a um ambiente seguro. Mudar a imagem de lugar propício a drogas, bebidas e violência. (Ex: monitoramento dos pais pela internet).

3) Avaliação das alternativas

Localização (próximo a casa, escola, clube, etc). Fácil acesso para encurtar o tempo do percurso e ganhar tempo de jogo e também para não preocupar os pais, pois os adolescentes andam de bicicleta, skate, etc.

4) Decisão de Compra

Estratégia: Oferecer um cartão Pré-pago pela *internet (o pai libera uma quantia para o filho jogar e a casa respeita o limite fidelizando assim o cliente).

5) Consumo

Ambiente. Segurança (câmera - vigilância), outros produtos (lanchonete ou bar), conforto, atendimento, sugestões e dúvidas, tempo de espera (bônus), porta coisas (armário para pertences dos clientes).

6) Avaliação Pós Compra

A nossa avaliação será feita através de uma pesquisa na tela do computador após o término do jogo.

3.8) OBJETIVOS E METAS DE MARKETING

Atingir média 5 em uma escala de 0 a 6 no item satisfação dos clientes.

Atingir média 5,5 em uma escala de 0 a 6 no item satisfação dos funcionários.

Estrutura de Lan House direcionada aos estudantes de escolas públicas próximas no período da manhã.

Estes objetivos serão avaliados através de uma pesquisa na tela do computador no término do jogo.

3.9) MATRIZ PRODUTO X MERCADO

Optamos pela seleção de mercado-alvo pela concentração em um segmento, então estaremos trabalhando com um segmento e um produto, sendo o público dos 15 aos 30 anos e o produto as horas vendidas, sendo assim não houve a necessidade por enquanto de montar uma matriz, mas quando estivermos trabalhando com pacotes diversificados com certeza estaremos mondando esta tabela para um melhor esclarecimento das ações que poderão ser tomadas.

3.10) SEGMENTAÇÃO

Público-alvo: Homens solteiros da Faixa etária de 15 a 30 anos, com forte desejo de competição aliado a fantasia, residentes em Curitiba, na região do bairro Água Verde.

Renda: Equivalente às pessoas que se enquadram na classe social "B".

Bairro: Água Verde.

Local: Shopping água Verde.

Produto: Hora vendida.

Horário de funcionamento: Das 10:00 às 22:00 Horas.

Jogos: Jogos de ação, educativos, esportes e estratégicos. Futuramente trabalhar com pacotes para públicos distintos, como: escolas, adolescentes, jovens e adultos em horário, tempo e jogos diferentes.

Primeiramente escolhemos o público-alvo e a classe social, depois fomos analisar os bairros no site do IPPUC pela internet. Após analisar todos os bairros verificamos que o bairro Água Verde é o que mais tinha o público-alvo que buscamos e

que este se encontrava mais concentrado em uma área menor do que, por exemplo, o bairro de Santa Felicidade que também tinha um público considerável, porém mais dispersos. Estes quadros abaixo foram retirados do site para efeito de análise e demonstração.

Dados Populacionais - Indicadores			
Indicador	**Bairro**	**Regional**	**Cidade**
Área (hectares)	476,40	8.159,80	43.217,00
População Homens (2000)	22.546	185.473	760.854
População Mulheres (2000)	27.320	201.749	826.467
População Total (2000)	49.866	387.222	1.587.315
Renda			
Rendimento Médio SM Responsável/Domicílio (2000)	22,07	-	9,48

Dados Populacionais - Faixa Etária			
Indicador	**Bairro**	**Regional**	**Cidade**
05 - Faixa Etária 10 à 14 anos homens (2000)	1.642	17.090	68.667
06 - Faixa Etária 10 à 14 anos mulheres (2000)	1.663	16.844	67.338
07 - Faixa Etária 15 à 19 anos homens (2000)	2.213	18.874	76.020
08 - Faixa Etária 15 à 19 anos mulheres (2000)	2.420	19.008	77.457
09 - Faixa Etária 20 à 24 anos homens (2000)	2.360	19.025	78.168
10 - Faixa Etária 20 à 24 anos mulheres (2000)	2.660	19.309	80.671
11 - Faixa Etária 25 à 29 anos homens (2000)	1.862	16.716	69.807
12 - Faixa Etária 25 à 29 anos mulheres(2000)	2.349	18.139	74.040
13 - Faixa Etária 30 à 34 anos homens (2000)	1.714	16.155	65.520
14 - Faixa Etária 30 à 34 anos mulheres (2000)	2.078	17.439	70.486

Somando as partes desta tabela vemos a quantidade de homens e mulheres que habitam no bairro e é lógico que dentro deste número não sabemos quais gostam ou tem interesse no nosso negócio, porém fica em aberto um bom potencial a ser

explorado, principalmente a quantidade feminina que no momento não é o nosso foco, mas que futuramente poderá ser trabalhado.

Total de homens: 9.791,00

Total de mulheres: 11.170,00

Total de homens e mulheres: 20.961,00

3.11) POSICIONAMENTO

Pretendemos fixar esta idéia na mente dos nossos possíveis clientes com relação a nossos concorrentes: que a nossa Lan House além de oferecer alguns benefícios a mais do que as outras Lan Houses do mesmo porte, está posicionada como a Lan House que tem o melhor atendimento.

Produto: ampla opção de jogos, superando a média da concorrência.

Serviços: atendimento diferenciado; melhores instalações; utilização do estacionamento do shopping.

Imagem: construção de um ambiente futurístico;

Pessoal: maior credibilidade dos pais em relação à empresa, proibindo venda de produtos alcoólicos; autorização necessária dos pais para menores de 18 anos.

3.12) DIRETRIZES DE PREÇOS

- Para o lançamento os preços estarão 5% menores da média do mercado.
- Após a entrada e estabilização os preços competirão com igualdade, mas com um diferencial de pacotes especiais.
- **Pacotes Especiais:**
  1. **Cadastro:** Horas de crédito para a pessoa a qual te indicou.

2. **Fila de espera:** O tempo que espera para jogar é o mesmo tempo que ganha para jogar.

3. **Reservas:** Quem ligar com uma antecedência de 2 horas e agendar a quantidade de máquinas que seu grupo irá precisar, além de não precisar esperar e ter as máquinas prontas ganha mais uma hora grátis para a turma.

4. **Aniversário:** No aniversário a pessoa ganha tudo de graça, ganha um desconto de 10% (em uma hora) para jogar em outro dia e se trazer amigos na data especial, eles também um desconto de 10% (em cada hora) que jogarem.

5. **Meus amigos:** Quem trazer um amigo novo, que ainda não tem cadastro ganha 45 minutos de graça. E o amigo que fazer o cadastro também, ganha 45 minutos.

Credito pré: Para adquirir horas e controlar os gastos. A família que comprar todo mês os cartões pré ganha um outro cartão com o número de horas de acordo com o número de pessoas da família. Quem creditar mais horas de uma vez se beneficia de descontos, controla os gastos e usa quando quiser.

3.13) COMUNICAÇÃO

Optamos por usar a comunicação integrada de Marketing por julgar ideal para a nossa empresa a utilização de não apenas uma opção, mas a combinação de opções para transmitir de melhor forma possível a nossa imagem para o público pretendido.

Propaganda:

- Mala direta (revista eletrônica).
- Folders em escolas, lanchonetes, clubes.
- Mídia em provedores locais.
- Panfleto (próximo ao ponto).
- Outdoor (próximo a cinemas, lugares movimentados).

Comunicação Pessoal:

- Líderes de opinião.
- Treinamento de funcionários.

Relações Públicas:

- Feiras eletrônicas.
- Shows.
- Patrocínio de jogadores de campeonato.

Promoção de vendas:

- Desconto (tempo).
- Vale (tempo de espera).
- Premiações (campeonato ou freqüência).

Design corporativo:

- Uniformes.
- Decoração interior.
- Equipamentos.

3.14) ENDOMARKETING

O nosso objetivo de posicionamento como já mencionado é a diferenciação pelo atendimento, por isso estaremos constantemente nos aprimorando no que diz respeito a ações internas, bem como, as comunicações entre os sócios e entre eles e os funcionários e algumas ações abaixo mencionadas:

- Comunicação horizontal;
- Comunicação aberta;
- Treinar funcionários tecnicamente, informar sobre equipamentos, jogos e todo o processo;
- Treinar funcionários para vendas, incentivar mais horas de jogo;
- Treinar para orientar clientes inexperientes;

- Motiva-los para relacionamentos;
- Remuneração pelo atendimento (pesquisa na tela no final do jogo para o cliente).

3.15) PROGRAMA DE AÇÃO

Contactar a administração do shopping: negociar a sala, saber informações sobre as regras para os lojistas, o condomínio o piso do shopping, verificar se a sala se encaixa no projeto, etc.
Responsável: Lígia.
Infraestrutura de rede: verificar instalações elétricas, mapeamento de rede, etc.
Responsável: Maurício.

Operacionalização: saber com precisão as medidas da sala, a localização dos equipamentos, o tamanho dos equipamentos e móveis que serão utilizados e a distribuição dos mesmos, bem como será o processo operacional, como deverá ser o fluxo das pessoas, etc.
Responsável: Adriano.

Ambiente Físico (decoração): Como será os móveis, as cores do local, o piso, os enfeites, e todo material de decoração, etc.
Responsável: Tatiane.

Selecionar jogos: buscar informações dos jogos, os melhores, os lançamentos, os fornecedores e as negociações, etc.
Responsável: Maurício.

Definir estrutura do bar ou conveniência: escolher quais serão os produtos oferecidos, os fornecedores, os preços e a disposição deles no espaço, as máquinas de conveniência, etc.
Responsável: Safira.

Funcionários (seleção e treinamento): Como será feitos a divulgação, a avaliação, a seleção e o treinamento, será pela empresa ou terceirizado e todas as questões trabalhistas.

Responsável: Vanderlei.

4) ASPECTOS TÉCNICOS

4.1) DISTRIBUIÇÃO

Canal: Internet ou próprio ponto

- Acessar a Lan House em casa;
- Iniciar o jogo na L. H. e terminar em casa;
- Cartão Pré-pago (crédito eletrônico);
- Lan House móvel – caminhão (em análise).

4.2) LOCALIZAÇÃO E ACESSO

O Shopping Água Verde é muito bem atendido por linhas de ônibus Expresso que trafegam na canaleta da avenida República Argentina, em linhas convencionais que trafegam nas laterais da canaleta desta mesma avenida e também por linhas circulares que atendem o bairro.

O Fluxo de veículos também é bastante facilitado, pois há duas vias rápidas no sentido Bairro-Centro e Centro-Bairro que permitem um acesso rápido de moradores do próprio bairro e de outros como: Portão, Capão Raso, Novo Mundo e Vila Izabel ao nosso estabelecimento.

Outro fator que favorece o acesso ao local é a disponibilidade do estacionamento do Shopping Água Verde que possui duas entradas, uma pela avenida República Argentina e outra pela via rápida Bairro-Centro (Rua Guilherme Pugsley). Este estacionamento conta com aproximadamente 100 vagas e não há cobrança das horas da vaga ocupada quando o cliente obtém um carimbo da loja ou estabelecimento visitado.

Quanto à localização dos nossos concorrentes diretos e indiretos e também de alguns possíveis clientes encontram-se no mapa anteriormente apresentado neste estudo.

O meio de transporte utilizado para o acesso dos funcionários será o transporte rodoviário urbano através das linhas de ônibus que fornecem o acesso ao Shopping, sendo assim a empresa estará fornecendo o vale transporte.

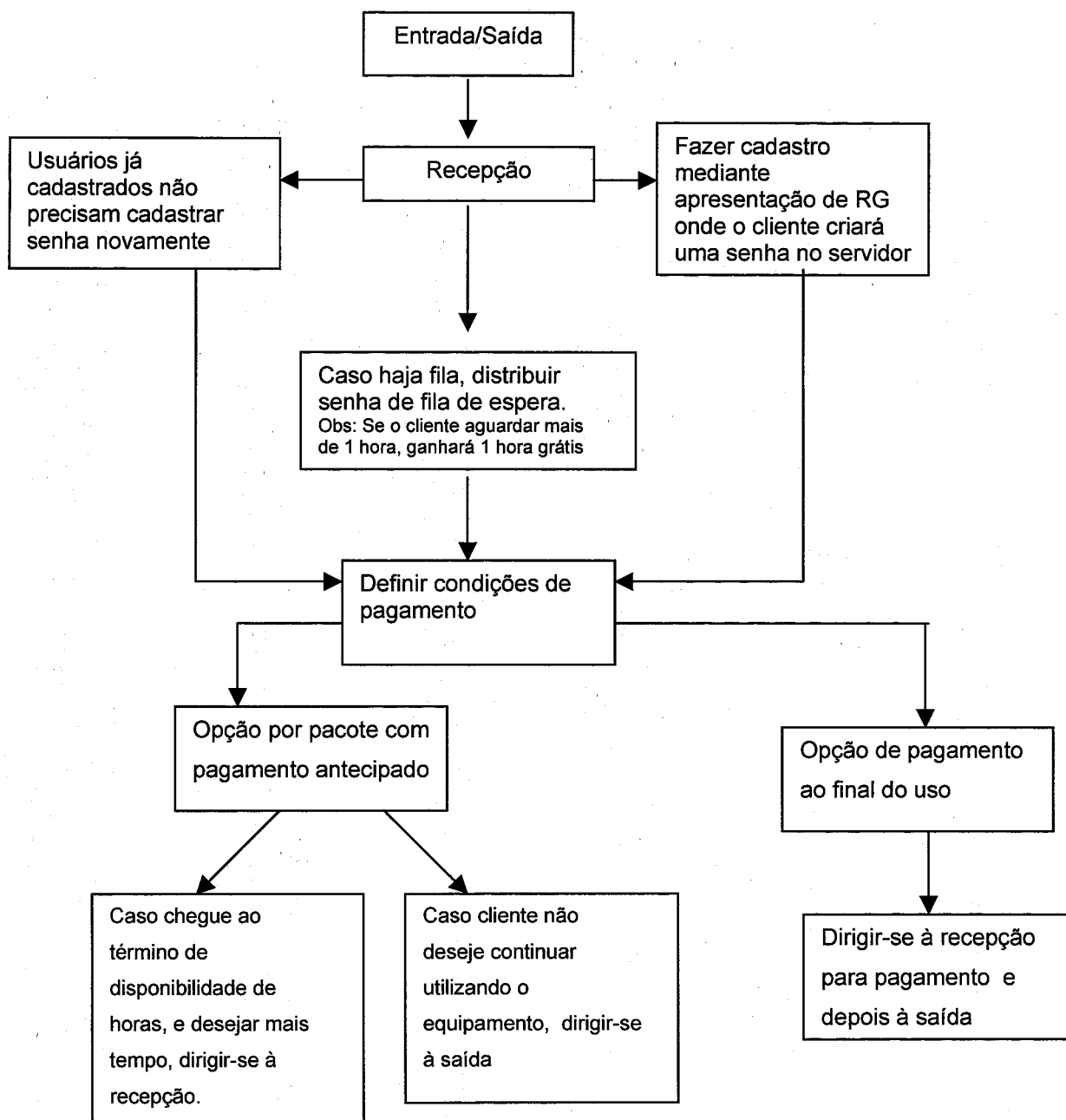
Estaremos trabalhando com duas equipes de funcionários, ou seja, em dois turnos, um das 10:00 as 16:00 horas e outro das 16:00 as 22:00 horas. O Horário para esta transação será a mesma do funcionamento do shopping, que não implicará no meio para a locomoção, pois os ônibus estarão em pleno funcionamento.

4.3) EQUIPAMENTOS E ESTRUTURA EM GERAL

Abriremos a nossa Lan House com um número de 37 Estações distribuídas numa área de 130 metros quadrados, contendo:

- 37 Computadores - Config.: AMD Athlon XP 2.4 BOX / 512 DDR / HD 40GB / GF4-64MG-TI200 / 17P. Samsung DFX.753
- 2 Servidores - Pentium 4 / 1024 DDR / Mon. 15P.Sansung / 2 Hd's 60GB
- Sistema Operacional Windows XP - Com Licença para cada Estação
- 12 Jogos do Momento que estão sendo mais utilizados
- Poltronas de Espuma Injetáveis e Ergonômicas com base à Gás
- Mesas com base de apoio em metal e tampa de vidro 12mm FUMÊ
- Piso em Mármore Italiano que já estava pronto na loja
- 2 Ar Condicionado Sprinter de 24.000 BTU'S
- Teto com Gesso Decorado e Iluminação Inteligente
- Pintura Texturizada em todas as Paredes
- Frente da Loja toda de Vidro 12mm Temperado com Insulfilme Espelhado em Azul
- 2 Sofás (3 e 1) Lugar
- 1 Tapete - De fácil limpeza para Auto Tráfego
- 1 Máquina de Refrigerante
- 1 Máquina de salgadinhos Elma Chips
- 1 Aparelho Telefônico

4.4) PLANTA DA LAN HOUSE -Contendo 37 estações

4.5) PROCESSO OPERACIONAL DE CLIENTES NA LAN-HOUSE

Observação: O controle de horas dos equipamentos da Lan-House será realizado pelo software de gerenciamento timer café que fica armazenado no servidor da recepção, que permitirá o aviso ao cliente de que o tempo está encerrando, permitindo que o mesmo continue jogando sem interrupção.

4.6) LOGÍSTICA DE SUPRIMENTOS

A política de compra, estoque e parceria, visam redução de custos via contratos de fornecimento de mercadorias. Estuda-se o estabelecimento de exclusividade na distribuição de algumas marcas para os consumidores. O pré-requisito é a qualidade, quantidade, preço, marca, disponibilidade, regularidade e variedade de produtos e insumos. Pretende-se estabelecer parcerias duradouras com fornecedores qualificados através de fluxo constante (ainda que pequeno) de compras e pagamentos em dia.

Apresentaremos abaixo um quadro com um resumo das nossas ações quanto a nossa Logística de Suprimentos, com relação ao fornecimento de produtos ou serviços, a periodicidade dos mesmos e quem serão os nossos possíveis fornecedores (ainda estamos em processo de pesquisa com relação aos nossos fornecedores, para depois começarem as negociações e/ou parcerias).

Produtos Ou Serviços	Periodicidade	Fornecedor
Manutenção de rotina em microcomputadores, acessórios, upgrade, cabeamento e configuração de rede	Mensal	Tecno World Informática
Atualização de software de gerenciamento e games	Novos Lançamentos	Seicomp Ltda.
Atualização de site na Internet	Mensal	Lan House Consultoria Ltda.
Treinamento para novos operadores	Eventual	Lan House Consultoria Ltda.
Serviços de marcenaria, hidráulicos e elétricos	Eventual	Pereira E Correa Manutenção Geral
Serviço de limpeza	Diário	Employer Ltda
Serviços bancários	Permanente	Banco Itaú S.A.

Serão mantidas 02 máquinas back-up para reposição.

Serviços Terceirizados:

Espaços da loja serão cedidos para prestadores de serviço terceirizados que explorarão serviços de loja de conveniência, café e bar através de máquinas e estufas, sendo fornecidos, por essa modalidade, os seguintes produtos: refrigerantes, café, sheeps, chocolates/chicletes/balas, salgados. Tais serviços, juntamente com os de assessoria contábil e jurídica será finalizada após ampla pesquisa, em andamento, onde estão sendo comparados preços, qualidade e condições de entrega.

Para termos o acesso à internet, firmaremos um contrato-convênio com a Brasil Telecom e/ou GVT que possuem linhas de fibra ótica confiáveis a um preço razoável, bem como ficam responsáveis pela instalação e manutenção do roteador de acesso.

A velocidade prevista para o início das atividades da empresa será de 512KB, podendo ser ampliada rapidamente conforme a demanda. A expectativa é de um custo mensal de cerca de R$ 300,00, com uma conexão tipo ADSL empresarial que fornece um número de IP fixo. Haverá a necessidade da aquisição de um Modem ADSL de boa qualidade que custará aproximadamente R$ 500,00.

4.7) SEGURANÇA

Como estaremos situados num Shopping estaremos contando como sistema de segurança do mesmo. Quanto à segurança relacionada à utilização dos equipamentos estaremos utilizando um Software de Gerenciamento.

Software de Gerenciamento: CD-ROM 52x – LG Floppy (R$: 1.256,00)

Segurança: tudo o que acontece na Lan House é registrado no servidor. Todas as estações ficam travadas, e para ser liberada o servidor tem que permitir. Não há nenhum jeito de burlar a segurança, garantindo total controle da mesma.

Controle: O software de gerenciamento de Link's tem o controle sobre toda estação. Ele trava totalmente a estação deixando o cliente apenas a liberdade de navegar na internet ou jogar o game.

Gerenciamento: tem poderosas ferramentas de gerenciamento como: pôr crédito em conta, controle de estoques, lista de esperas, visualização rápida das próximas estações a serem liberadas, trocar cliente de máquina, vários relatórios, gráficos...Podendo funcionar pré e/ou pós-pago e podendo liberar a máquina pelo servidor ou pela estação. Tudo isso num ambiente totalmente em português e bem intuitivo.

Estabilidade: é um sistema totalmente estável garantindo a qualidade do serviço. O software pode ser modificado num prazo de dois meses sem nenhum custo. Suporte: sem prazo de validade e sem custo adicional.

Cadastros: cliente, máquinas, categoria de produtos, produtos, tipos de serviços com preços diferenciados, horários diferentes com diferentes serviços, categoria de horários, programas (pode-se cadastrar os programas que as estações vão poder rodar), iniciar serviço remotamente (o sistema pode abrir uma estação para o cliente do servidor), controle de estoques e **vendas de produtos:**

Lista de débitos e créditos – o cliente pode colocar crédito no programa e ir utilizando até que se acabe. Todos os débitos e créditos ficam registrados numa lista que pe exibida toda vez que o cliente entra no sistema.

Compra de horas – o cliente pode comprar pacote de horas para que se use o computador até acabar suas horas.

Monitor de impressão – Toda vez que uma estação solicitar uma impressão, automaticamente coloca as impressões em sua conta.

Relatórios completos: relatórios de movimento (por período), relatório de movimento por cliente (pode-se ter um relatório por período do uso do cliente), relatório detalhado (pode-se tirar um relatório detalhado de vendas ou serviços), relatórios de horas jogadas (pode-se tirar um relatório de clientes que mais usaram as estações), relatório de entradas (entradas de produtos).

Detalhes de movimentos diários: movimento diário detalhado (tirar relatórios diários por horários), movimento de produtos (tirar relatórios diários de vendas de produtos), saídas (saídas de um produto ou de dinheiro do caixa), históricos, gráficos (movimentação e ocupação).

Sistema: senhas de usuários (pode-se ter vários usuários do sistema com restrições para determinadas funções, já o administrador tem todo acesso ao sistema), configurações (pode-se configurar o sistema para a loja em questão como, logotipo, tempo grátis para a primeira vez que vai à loja, cidade e estado padrão, arredondamento de valor), travamentos (Pode-se travar completamente uma estação para que o cliente não tenha acesso a nada nas máquinas, somente aos ícones que o cliente desejar).

Módulo Online

Via uma conexão internet o usuário pode ter informações completas do local, tirar relatórios, ver a lista de jogadores, créditos, débitos, dar uma olhada em quem está utilizando a máquina no momento, tudo isso sem sair de casa ou do trabalho.

Sistema de Gerenciamento

O Timer Café é muito flexível e pode ser utilizado de várias formas, procurando se adequar às necessidades de cada estabelecimento. As personalizações vão desde a tela de fundo a horário de desligamento automático do computador.

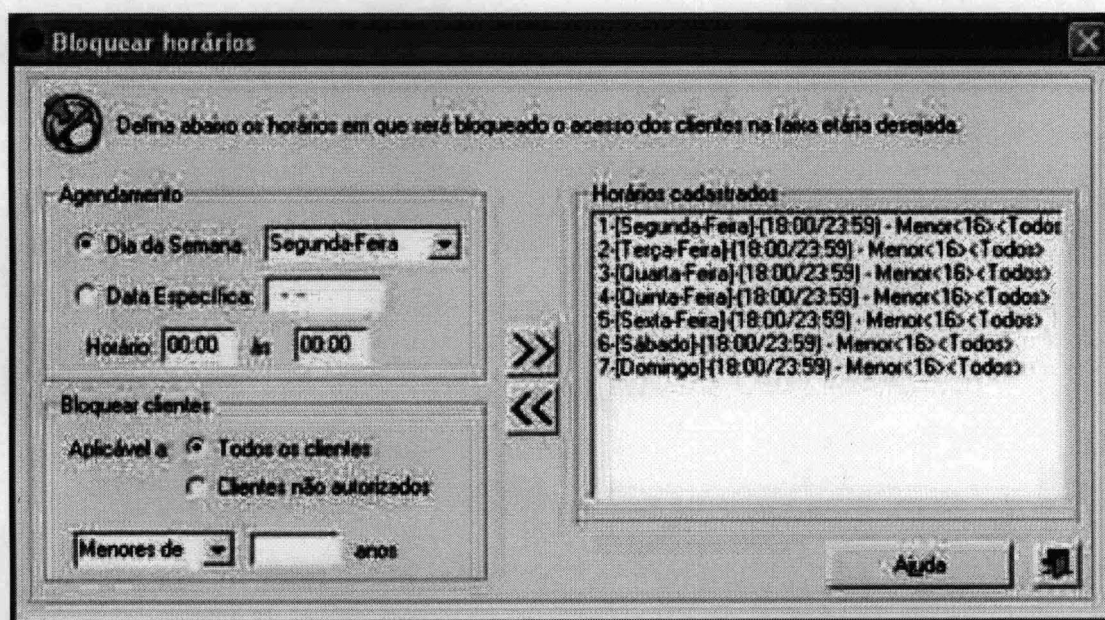
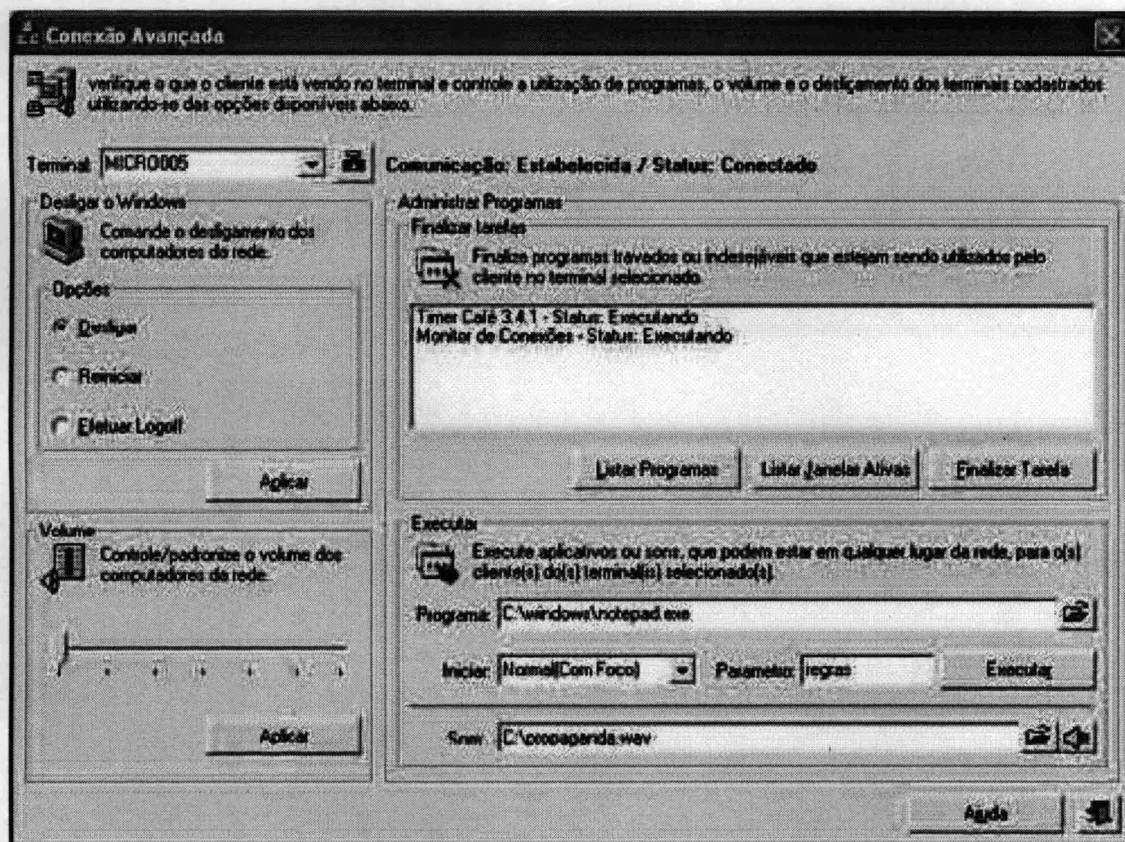
Principais Características :

- Para evitar problemas com a lei e com os responsáveis dos clientes menores de idade, o operador pode configurar o sistema para bloquear, a partir de determinados horários, a conexão dos clientes com idade menor à especificada.
- Tela principal do módulo Administrador possibilita controle total das estações e de fácil manuseio para liberação dos clientes, venda de produtos, gerenciamento da lista de espera, entre vários outros recursos.
- Recurso de configuração remota permite enviar as configurações de uma estação para uma ou mais estações, facilitando o processo de gerenciamento e manutenção de uma rede com muitos computadores.

- "Auxiliar Administrativo", fornece condições ao gerente do estabelecimento de traçar sua estratégia de negócio e promoções através das informações disponíveis em sua base de dados, como os clientes que mais ficam conectados, quanto tempo eles ficam, produtos que mais são consumidos, dias e horários da semana que rendem mais, serviços, terminais e programas mais utilizados, entre outros. Sendo possível salvar todas esses relatórios em arquivos de texto ou imprimi-los!
- Recurso de conexão avançada, permite total controle sobre a estação desejada, sendo possível visualizar a tela do cliente, os programas que estão sendo utilizados, finalizar ou executar aplicativos, tocar arquivos de sons, alterar o volume ou mesmo desligar, reiniciar e efetuar logoff do computador remoto.
- O sistema possibilita a impressão dos códigos de acesso em etiquetas de 2,54 x 6,67(ex: PIMACO 6280), com ou sem códigos de barras, permitindo ao estabelecimento a utilização de leitores ópticos nas estações ou no balcão. Dessa forma, pode-se trabalhar com cartões de acesso a Internet ou jogos em geral!
- Para maior controle e tranqüilidade dos gerentes, o Timer Café permite a configuração dos recursos que estarão disponíveis para cada um de seus funcionários de forma personalizada, evitando alterações ou exclusões de dados sem autorização, inibindo ações de operadores mal intencionados.
- É possível configurar a lista de programas que estarão disponíveis assim que o cliente se logar, impedindo a utilização de programas não autorizados e permitindo a tarifação diferenciada por tipo de serviço (Internet, Jogos, Escritório e Outros).

Sistema composto de dois módulos: Timer Café e Administrador. Possui objetivo de gerenciar Cybers Cafés, Lan Houses e telecentros comunitários, através de códigos de acessos.

O sistema tem como principal objetivo facilitar o gerenciamento dos Cybers Cafés, Lan Houses e telecentros comunitários, disponibilizando os recursos para solucionar os principais problemas enfrentados por esse tipo de empreendimento:

- Falta de segurança para disponibilizar o acesso aos computadores (alto custo de manutenção);
- Falha humana no processo de registro/tarifação da utilização do serviço;
- Ausência de mecanismos de bloqueio e desbloqueio de máquinas;
- Desorganização/descentralização dos dados sobre faturamento e utilização dos micros;
- Controle do estoque não integrado com o serviço de acesso aos computadores;
- Falta de controle sobre o tempo, os valores e os clientes que utilizam os micros.

FONTE: http://www.arquivonacional.com.br/produto.asp?cd=TIMERCAFE

5) ADMINISTRAÇÃO DE PESSOAS

5.1) SELEÇÃO DE CARGOS

Iniciamos nossa elaboração do quadro de funcionários do nosso empreendimento estudando as teorias relacionadas à administração de pessoas sobre cargos, funções e atribuições para então partimos para parte prática. Abaixo introduzimos com esta teoria.

Cargo: é a somatória de funções, que ocupa uma posição definida na estrutura hierárquica da empresa.

Função: é a somatória de atribuições, que são exercidas de forma continuada e sistemática.

Atribuição: atividades exercidas por um ocupante de cargo, relacionadas a cargos mais complexos.
Cargo = Funções

Funções = Tarefas ou atribuições

Tarefas e atribuições = Atividades

Todas estas questões quanto aos cargos, funções e tarefas do nosso empreendimento serão apresentados nas tabelas em seqüência que se encontram nos anexos (Parte I).

5.2) DESCRIÇÃO DE CARGO

Como mencionado anteriormente, para abrir o nosso empreendimento, segundo sua estrutura e atividades necessárias decidimos ter no nosso quadro de funcionários os seguintes cargos: auxiliar de limpeza, caixa, monitor e gerente.

Não teremos nenhum cargo de diretor ou sócio gerente, havendo somente sócios, entraremos com o capital, não teremos nenhum cargo na empresa, por já possuirmos outras atividades, teremos participações no lucro da empresa.

Nos anexos (Parte II), estão as tabelas de descrição dos cargos com os requisitos necessários e todas as informações relevantes para esclarecimento dos possíveis profissionais.

5.3) AVALIAÇÃO DE CARGOS

A avaliação de Cargos é o processo de analisar e comparar o conteúdo dos cargos, no sentido de coloca-los em uma ordem de classes que proporcione a estrutura do sistema de remuneração. (Chiavenato, 1992)

Método de Escalonamento simples

Avaliação não quantitativa em que os cargos são hierarquizados de acordo com as dificuldades, responsabilidades e/ou requisitos e muitas vezes pelo valor dos salários numa comparação global.
Primeiramente fizemos nossa avaliação neste método mais simples e menos usual escalando os nossos cargos da seguinte forma.

Escalonamento (Graus)	**Escalonamento**					
	Avaliador Maurício	Avaliador Vanderlei	Avaliadora Lígia	Avaliadora Safira	Avaliadora Tatiane	Consenso entre os avaliadores
1	Gerente	Gerente	Gerente	Gerente	Gerente	Gerente
2	Monitor	Monitor	Monitor	Monitor	Monitor	Monitor
3	Caixa	Caixa	Caixa	Caixa	Caixa	Caixa
4	Aux. de Limpeza	Aux. de Limpeza	Aux. de Limpeza	Aux. de Limpeza	Aux. de Limpeza	Aux. de Limpeza

Métodos de avaliação por ponto

Na avaliação por pontos, são comparados os cargos em relação aos graus exigidos em cada fator de avaliação. Os fatores definidos são ponderados quanto à sua importância na estrutura de cargos, divididos em graus e estes são transformados em uma escala de pontos para proporcionar uma avaliação quantitativa.

Resolvemos realizar este método de avaliação para efeito de experiência, porém desde a nossa descrição de cargos já sabíamos a nossa avaliação quanto aos cargos e neste método somente confirmou a nossa escala de acordo com o peso que elaboramos para cada requisito. Não temos muitos cargos na empresa, se tivéssemos mais cargos e cargos mais complexos com certeza o julgamento seria através deste processo e o resultado também seria diferente do atual.

Fatores de Avaliação:

Requisitos Mentais:
1 – Instrução essencial
2 – Experiência anterior
3 – Iniciativa Requisitos Mentais

Requisitos Físicos:
4 – Esforço físico
5 – Concentração mental e visual

Responsabilidade por:
6 – Supervisão de pessoas
7 – Material ou equipamento
8 – Informações confidenciais

Ponderação dos fatores de avaliação

Fator	Grau A	Grau B
Requisitos Mentais:		
1 – Instrução essencial	10	15
2 – Experiência anterior	20	20
3 – Iniciativa	25	25
Requisitos Físicos:		
4 – Esforço físico	05	05
5 – Concentração mental e visual	10	10
Responsabilidade por:		
6 – Supervisão de pessoas	05	05
7 – Material ou equipamento	15	15
8 – Informações confidenciais	10	10
Total:	100	105

As progressões da escala de pontos serão feitas pela progressão aritmética que faz com que o valor de cada grau aumente cem por cento toda vez, fazendo com que a diferença numérica entre os graus seja constante. Nos anexos (parte III) encontram-se as avaliações por pontos.

Fator	Grau A	Grau B	Grau C	Grau D
Requisitos Mentais:				
1 – Instrução essencial	15	20	25	30
2 – Experiência anterior	20	25	30	35
3 – Iniciativa	25	30	35	40
Requisitos Físicos:				
4 – Esforço físico	05	10	15	20
5 – Concentração mental e visual	10	15	20	25
Responsabilidade por:				
6 – Supervisão de pessoas	05	10	15	20
7 – Material ou equipamento	15	20	25	30
8 – Informações confidenciais	10	15	20	25

5.4) PESQUISA SALARIAL

Pesquisamos nos sites: www.empregos.com.br e www.rh.com.br e encontramos os seguintes valores somente para base informativa.

Cargos	Salário Menor	Salário Maior	Salário Médio
Gerente administrativo	2.258,00	13.800,00	6.382,00
Atendentes do consumidor	423,00	1.910,00	1.035,00
Caixa de loja	337,00	925,00	578,00
Ajudantes em geral	218,00	778,00	488,00

5.5) POLÍTICA SALARIAL

Buscando recompensar os resultados de cada membro em particular, da equipe em geral e servir como um reforço positivo no comportamento das pessoas, elaboramos uma política salarial baseada na remuneração funcional e na remuneração estratégica.

Remuneração Funcional

- Estrutura de cargos e salários
- Salários de Admissão
- Previsão de reajustes salariais

Cargos	Valor de Admissão	Valor Mínimo	Valor Máximo	Número de Faixas	Variação entre Faixas
Gerente ****	1.000,00	1.500,00	2.500,00	4	500,00
Monitor ***	400,00	450,00	550,00	4	50,00
Caixa ***	350,00	400,00	500,00	4	50,00
Auxiliar de Limpeza ***	240,00	290,00	340,00	3	50,00

a) **Reajustes individuais** (promoção, enquadramento, mérito).

- Por promoção – exercício autorizado, contínuo e definido de cargo diverso do atual, em nível funcional superior;
- Por enquadramento – ajustes pelo mercado;
- Por mérito – por desempenho acima do normal (tempo de casa, potencial para promoção e um ótimo resultado na avaliação de desempenho).

b) Reajustes coletivos

- Reajuste coletivo por dissídio.

Remuneração estratégica

a) Remuneração Variável:

- Participação nos lucros: se ultrapassar as metas anuais de vendas os funcionários participarão de um rateio de 5%.

b) Benefícios:

- Cesta Básica
- Vale transporte

5.6) PLANO DE CARREIRAS

A empresa é pequena e possui poucos cargos, mas para recompensar os poucos funcionários que irão compor a nossa organização, montamos um plano de carreiras com três graus: Sênior, Pleno e Júnior para apresentar as pessoas um plano que elas possam visualizar e entender que o seu desenvolvimento compreenderá em melhorias que as levará em frente ao seu plano de carreira. Nos anexos parte IV, encontram-se informações referentes ao manual dos graus que foram elaborados a partir dos requisitos básicos.

Estrutura Múltipla – Carreiras Paralelas – Linha de especialização

Eixos		Cargos			
		Unidades			
Áreas		Operacional			Administrativo
Graus	Faixas	Aux. de limpeza	Caixa	Monitor	Gerente
Sênior	12				2.500,00
1.000,00	11				2.000,00
A	10				1.500,00
2.500,00	9				1.000,00
Pleno	8			550,00	
400,00	7		500,00	500,00	
A	6		450,00	450,00	
550,00	5		400,00	400,00	
Júnior	4		350,00		
240,00	3	340,00			
A	2	290,00			
350,00	1	240,00			
		50,00	50,00	50,00	500,00

5.7) AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Na avaliação de desempenho procuraremos monitorar o trabalho da equipe e de cada membro analisando se os resultados alcançados foram os mesmos resultados esperados.

Cargos	Métodos				
	Avaliação por Objetivo	Avaliação por 360 graus	Auto-avaliação	Avaliação de Frases Descritivas	Avaliação por Escala Gráfica
Gerente	X	X			
Monitor			X	X	
Caixa			X	X	
Auxiliar de limpeza					X

Formulário do Método de avaliação por Objetivos

Este método nos ajudará a avaliar os resultados do gerente de acordo com as metas propostas, pois este é o cargo mais complexo da organização e o mais exigido quanto às metas. O Gerente também passará pela avaliação 360 graus

Avaliação por Objetivos		
Nome:	Data:	
Cargo:	Departamento:	
A – Avaliação		
Resultados esperados	Resultados alcançados	Conclusões sobre os resultados
B – Síntese da avaliação		
Excede substancialmente ☐ Quase satisfatório ☐	Excede ☐ Abaixo ☐	Satisfatório ☐ Substancialmente baixo ☐

Formulário do Método de Auto-avaliação

O Monitor e o Caixa passaram por este método de avaliação porque constantemente estarão sendo supervisionados no trabalho do dia a dia , então será uma forma de eles se analisarem e verificarem se estão executando direito suas

obrigações e se merecem mais ou menos supervisão. Como são pessoas com mais conhecimento não terão problema em responder as questões com exatidão e com coerência. Lembrando também que o supervisor poderá detectar se eles responderam com exatidão ou não as perguntas ou se eles se vêem de determinada forma.

(Anexo parte V-a)

Formulário do Método de avaliação por Escala Gráfica

Sendo um cargo simples escolhemos este método por ser simples também e que nos permitirá avaliar se a atuação da pessoa está próxima ou não das metas de desempenho propostas. (Anexo parte V-b)

Avaliação de Frases Descritivas

O avaliador assinala as frases que caracterizam o desempenho do subordinado (sinal **"+"** os **"S"**), e aquelas que demonstram o oposto de seu desempenho (sinal **"-"** ou **"N"**). Primeiro o caixa e o monitor se avaliarão e depois serão avaliados. (Anexo parte V-c)

5.8)RECRUTAMENTO E SELEÇÃO

Sendo o recrutamento uma ação externa da empresa para buscar no mercado de recursos humanos candidatos para suprir lacunas e sendo o nosso empreendimento um negócio novo, optamos pelo recrutamento externo verificado na tabela de técnicas. Os cargos a serem preenchidos requerem do profissional determinados itens por nós exigidos que mostraremos a seguir em perfil do candidato.

Perfil do profissional desejado

Cargo: Gerente

a) Características Pessoais: Visão de negócio, arrojado, dinâmico, criativo, simpático, empreendedor, pró-ativo

e responsável.

b) Conhecimentos Técnicos: Conhecimentos em informática e inglês. Terceiro grau completo (Administração, Engenharia, Tecnologia).

c) Experiências: No mínimo 3 anos na área de gerência.

d) Habilidades: Em comunicação, negociações, liderança e gerenciamento.

e) Capacidade de relacionamentos: Ótima. Principalmente relacionamento Interpessoal.

Perfil do profissional desejado

Cargo: Monitor

a) Características Pessoais: Visão de trabalho em equipe, dinâmico, criativo, simpático e pró-ativo.

b) Conhecimentos Técnicos: Alto conhecimento técnico (informática) e Conhecimentos equivalentes ao segundo grau completo e tentando ou cursando o terceiro grau relacionado às áreas de processamento de dados ou tecnologia da informação.

c) Experiências: Experiência como vendedor, atendente, recepcionista ou professor de informática num prazo mínimo de um ano e meio.

d) Habilidades: Boa comunicação, bom expositor, facilidade em conquistar e reter relacionamento, totalmente simpático e diplomata.

e) Capacidade de relacionamentos: médio conhecimento na área de relacionamento. Principalmente relacionamento Interpessoal.

Perfil do profissional desejado

Cargo: Caixa

a) Características Pessoais: Visão de trabalho em equipe, dinâmico, simpático, agilidade e esperteza.

b) Conhecimentos Técnicos: Conhecimentos formais equivalentes aos adquiridos em escolaridade do segundo grau completo. Conhecimentos matemáticos e em informática.

c) Experiências: No mínimo um ano como operador de caixa.

d) Habilidades: Raciocínio lógico e de comunicação.

e) Capacidade de relacionamentos: Boa. Principalmente relacionamento interpessoal.
Perfil do profissional desejado

Cargo: Auxiliar de limpeza.

a) Características Pessoais: Dinâmico, simpático, agilidade e esperteza.
b) Conhecimentos Técnicos: Conhecimentos formais equivalentes aos adquiridos em escolaridade primária (1ª a 8ª série).
c) Experiências: No mínimo seis meses.
d) Habilidades: Comunicação.
e) Capacidade de relacionamentos: Boa. Principalmente relacionamento interpessoal.

Técnicas de Recrutamento

Para o recrutamento dos funcionários que necessitamos iremos usar as técnicas que está abaixo relacionada na tabela, levando em consideração que analisamos os cargos, os requisitos para escolhermos estas determinadas técnicas.

Cargos	Técnicas
Gerente	Classificados em jornais
Monitor	Escolas de informática
Caixa	Classificados em jornais
Auxiliar de limpeza	Por indicação

Porque optamos por estas técnicas:

- Classificados em jornais para o cargo de gerente e caixa: Por ser uma técnica eficiente, mais difundida, de muito impacto e pouca durabilidade.
- Escolas de informática para o monitor: Por ser um campo da atuação da empresa, computadores, tecnologia e jogos em rede e também um meio pelo qual estaremos divulgando a loja e futuramente fazendo parcerias.
- Por indicação para o cargo de auxiliar de limpeza: Estaremos atuando num shopping onde diversas lojas e o próprio local utiliza este serviço, sendo também uma técnica de baixíssimo custo e alto rendimento.

Formulário para entrevistas

Montamos os formulários para a entrevista de cada vaga segundo as tabelas de descrição de cargos que continham todas as informações necessárias para analisarmos se o profissional se enquadrará ou não nos requisitos pretendidos. Em anexo parte VI

6) PROCESSO DE TREINAMENTO

6.1) IDENTIFICAR NECESSIDADES

Como este curso será efetuado no período que antecede a abertura da empresa, não podemos identificar nenhuma necessidade cotidiana, o que podemos aqui levantar são as necessidades relacionadas aos nossos futuros funcionários no que diz respeito as suas habilidades. Teremos quatro cargos: gerente, monitor, caixa e auxiliar de limpeza. Para o cargo de gerente será pré-requisito compor todas as habilidades ao cargo exigido, já para monitor não será de tamanha importância não possuir determinadas habilidades, pois optamos em realizar cursos que o ajude desenvolver novas habilidades para que execute sua função por completa. Para o caixa e o auxiliar de limpeza não será necessário o treinamento, pois suas exigências são menores quanto aos outros.

Funcionários	Gerente	Monitor
Conhecimentos e Habilidades técnicas	Conhecimentos em informática, inglês, marketing, técnicas gerenciais, liderança e negociações.	Alto conhecimento técnico (informática) e em jogos de rede.
Conhecimentos e Habilidades de relacionamento	Relacionamento com clientes, fornecedores, instituições e funcionários, etc. Boa comunicação.	Atendimento. Boa comunicação, facilidade em conquistar e manter relacionamento, totalmente simpático e diplomata.

6.2) AVALIAR NECESSIDADES

Necessitamos de funcionários com habilidade de relacionamento com clientes além das habilidades técnicas possuindo características como: simpatia, carisma, boa comunicação, saber lidar com conflitos.

Optamos neste curso em treinar somente os monitores.

6.3) SELECIONAR CURSOS

Apesar do empreendimento ser uma novidade, encontramos diversas opções de cursos de treinamento que trabalham o conceito do negócio, como estruturar tecnicamente, operacionalmente e financeiramente a Lan House, fornecendo todo tipo de dados necessários para a abertura da empresa, mas como a necessidade de treinamento é para a área de relacionamento escolhemos o curso in company, entre os cursos realizados em São Paulo, em programação à distância e outros cursos locais.

6.4) DESENVOLVER CURSOS

Assunto

Atendimento, relacionamento e fidelização.

Objetivos

- Elevar a satisfação dos usuários gerando alta retenção dos clientes.
- Melhorar o atendimento de forma que o cliente se identifique com a empresa.
- Aumentar a capacidade de comunicação e informação do monitor.
- Proporcionar recursos que possibilite um atendimento que gere relacionamento e fidelização.
- Criar uma personalidade para a empresa junto ao seu público.

Perfil dos participantes

Monitores que tenham alto conhecimento técnico e um baixo conhecimento de relacionamento.

Identificar o conteúdo

Os conteúdos ficaram por conta dos instrutores, apenas definimos os assuntos que desejamos que sejam abordados e que nos entreguem com antecedência as apostilas para avaliarmos o conteúdo.

Assuntos abordados e exercícios que serão apresentados pelos treinadores

Consultor

- Barreiras de comunicação.
- Fluência verbal – não verbal (introdução), exposição de idéias, relacionamento e fidelização.

Psicólogo

- Identificar e traçar a personalidade
- Pontos fortes e fracos do caráter (atitudes)
- Como lida com conflitos

Professor de artes cênicas

- Expressão corporal
- Controle de emoções
- Encenações de atendimento

Metodologia

Os treinadores trabalharão em conjunto, sendo que o primeiro introduzirá noções sobre os conteúdos que serão abordados no curso e propiciará ao treinando novos conhecimentos sobre relacionamento. Será uma aula expositiva e avaliada através de um filme para que os treinandos possam identificar questões como atendimento, relacionamento e fidelização.

O segundo e terceiro treinadores trabalharão intercalados, sendo que o professor de artes cênicas desenvolverá as partes práticas com dinâmicas de atendimento e relacionamento com clientes, contará também com ajuda de dois alunos seu (estagiários) para as tarefas práticas de encenação. Estas aulas serão filmadas. O psicólogo por sua vez analisará este filme e trabalhará em função das necessidades apresentadas. A avaliação do professor será através de debate aberto buscando um feedback sobre a experiência adquirida com o curso. A avaliação do psicólogo será através de técnicas da psicologia para traçar a personalidade do treinando e verificar se houve mudança no seu perfil existindo perspectivas para permanência no cargo.

Divulgação

Como será um curso in company, não haverá a necessidade de divulgação, somente serão informados os instrutores e os participantes.

6.5) DETERMINAR CARGA HORÁRIA

Será realizado em uma semana com 40 horas de duração, horário das 8:00 as 17:00 horas com intervalos as 10:00/ 12:00 e 15:00.

6.6) SELECIONAR TREINADORES

Os treinadores serão 1 profissional em artes cênicas, 1 psicólogo e 1 consultor em relacionamento. Pesquisamos em instituições educacionais, em empresas de consultoria e com algumas indicações, escolhemos os profissionais abaixo citados.

Professor de Artes Cênicas
Nome: João Fernandes de Souza.
Instituição: FAP - Faculdade de Artes do Paraná
Contato: 9112-3724

Psicólogo
Nome: Lílian Kelly dos Santos Milani
Registro: CRP 08/08828
Contato: 91042030

Consultor
Nome: Kassen Mohamed El Sayed.
Instituição: FAE - Business School.
Contato: 9991-8395

Checklist para observação durante o treinamento do instrutor

Instrutor	**Data:**
Seção	**Observador:**
Comportamentos	**Comentários**
Preparação Preparo da lição Organização Material e equipamento utilizado Como administrou interrupções	
Apresentação Introdução ao assunto Comunicação dos objetivos Comunicação da estrutura do trabalho Seqüência lógica	

Verificação do entendimento pelos alunos Permaneceu dentro do tempo previsto Permaneceu dentro do assunto	
Comportamento Demonstrou comprometimento Demonstrou entusiasmo Gerou interesse Sensível ao grupo Tem credibilidade Demonstra conhecer o conteúdo	

Feedback construtivo ao instrutor

Depois do término do curso, logo na próxima semana, será enviada uma carta aos profissionais que foram instrutores do curso fornecendo um feedback do seu desempenho e abrindo espaço para sugestões e reclamações quanto ao procedimento que foi utilizado e sua experiência no treinamento.

Guia de Informações do Instrutor

GUIA DO INSTRUTOR

Objetivos do curso

- Elevar a satisfação dos usuários gerando alta retenção dos clientes.
- Melhorar o atendimento de forma que o cliente se identifique com a empresa.
- Aumentar a capacidade de comunicação e informação do monitor.
- Proporcionar recursos que possibilite um atendimento que gere relacionamento e fidelização.
- Criar uma personalidade para a empresa junto ao seu público.

Programa

DIAS DA SEMANA	DATA	HORÁRIO	INSTRUTOR
Segunda	03.05.04	08:00 as 17:00	Consultor
Terça	04.05.04	08:00 as 17:00	Prof. Artes Cên.
Quarta	05.05.04	08:00 as 17:00	Psicólogo
Quinta	06.05.04	08:00 as 17:00	Prof. Artes Cên.
Sexta	07.05.04	08:00 as 17:00	Psicólogo

Perfil dos participantes
Monitores que tenham alto conhecimento técnico e um baixo conhecimento de relacionamento.

Número de salas
Apenas na sala (2) da administração do shopping Água Verde.

Material para os participantes
Papel, lápis, borracha, caneta,copo,água.

Material para os instrutores
Caneta, papel, apostila, fita VHS.

Equipamentos
TV, vídeo-cassete, câmera, flip-chart.

Assuntos e exercícios abordados pelos treinadores

Consultor
- Barreiras de comunicação.
- Fluência verbal – não verbal (introdução), exposição de idéias, relacionamento e fidelização.

Psicólogo
- Identificar e traçar a personalidade
- Pontos fortes e fracos do caráter (atitudes)
- Maneira de lidar com conflitos

6.7) IDENTIFICAR LOCAIS E RECURSOS

Processo de identificação dos locais e recursos de treinamento

Procuramos a gerencia do shopping e encontramos uma sala da administração que se enquadrou ao nosso curso, levando em consideração o conteúdo do curso, o espaço necessário para a apresentação do mesmo, os recursos e equipamentos exigidos, bem como o valor do aluguel e a adequabilidade, por ser no mesmo local da loja. O local tem uma infra-estrutura para alocar os equipamentos como: videocassete, TV, câmera de vídeo, computador e que tem um espaço para 10 pessoas, o que facilita a movimentação.

Checklist na busca de um local apropriado para o treinamento

Data: 27/10/2003	**Local:** Sala (2) da Adm. do Shopping
Lista de pontos para verificação	**Comentários**
Localização	Shopping Água Verde
Área de estacionamento	Adequada
Recepção	Balcão de informação do Shopping
Contatos	Gerente do Shopping
Atendimento para uso do local	Secretária da Administração do Shopping
Staff	Terceirizado – OELO
Acesso à sala de treinamento	Bem sinalizada
Tamanho/formato da sala de treinamento	Retangular com aproximadamente 13m²
Capacidade da sala de treinamento	Para (10) pessoas
Aquecimento e ventilação	Ar condicionado central
Luminosidade	Indireta
Interruptores de luz	Bom (2) com circuitos separados
Tomadas	(4) aterradas
Acústica	Razoável (sem eco)
Equipamentos	Serão alugados
Espaço nas paredes para fixar cartazes	Tem, mas não será necessário
Banheiros	(2) próximos à sala
Acesso à área de apoio	Ao lado da sala
Comida	Terceirizada - Praça de alimentação
Arranjos de coffe breaks e refeições	Não é necessário
Dormitórios	Não é necessário
Área de Lazer	Shopping
Segurança	Shopping
Procedimento de emergência	Sinalizado por todo Shopping

6.8) CONSOLIDAR ORÇAMENTO

O curso não tem o objetivo de lucro imediato, mas de um retorno a médio ou longo prazo, conquistado através da comunicação, atendimento, relacionamento e fidelização de clientes.

Processo de Decisão para a Elaboração de um Curso	
Tipo de Treinamento	In Company
Duração (dias, horas)	(5) dias – (40) horas
Número de participantes *Estagiários do Professor de Artes Cênicas	(2) participantes e (2) *estagiários – ganharão vale para jogarem na L.H.
Número de instrutores	Serão (3) instrutores
Tipo de instrutor	Psicólogo – Consultor – Professor de Artes Cênicas
Local	Sala da Administração
Salas adicionais Se for preciso para alguma atividade.	Ambiente da Lan House
Custo por instrutor por dia Consultor R$ 400,00 Psicólogo R$ 800,00 Professor R$ 800,00 Total: R$ 2.000,00	R$ 400,00
Material para os participantes Papel, lápis, borracha, caneta,copo,água. R$ 50,00	R$ 10,00
Material para os instrutores Caneta, papel, apostila, fita VHS Total: R$ 50,00	R$ 10,00
Aluguel de sala/dia Total: R$ 250,00	R$ 50,00
Hospedagem dos participantes	Participantes residem no local.
Aluguel de equipamento por dia Total: R$ 500,00	R$ 100,00
CUSTO TOTAL	R$ 2.850,00
CUSTO POR PARTICIPANTE	R$ 1.425,00
CUSTO POR PARTICIPANTE POR DIA	R$ 285,00

6.9) ELABORAR PLANO DE TREINAMENTO

Preparar curso

Local

No próprio shopping, em uma sala que permita computadores, infra-estrutura para equipamentos de filmagens (vídeo-cassete, TV, câmera, flip-chart) espaço para movimentação no caso de simulações.

Equipamentos
TV, vídeo-cassete, câmera, flip-chart.

Coffee brake
Terceirizado.

INTERVALOS	HORÁRIO
Café da manhã	10:00 as 10:15 hs
Almoço	12:00 as 13:00 hs
Café da tarde	15:00 as 15:15 hs

Programação

DIAS DA SEMANA	DATA	HORÁRIO	INSTRUTOR
Segunda-feira	03.05.04	08:00 as 17:00	Consultor
Terça-feira	04.05.04	08:00 as 17:00	Prof. Artes Cên.
Quarta-feira	05.05.04	08:00 as 17:00	Psicólogo
Quinta-feira	06.05.04	08:00 as 17:00	Prof. Artes Cên.
Sexta-feira	07.05.04	08:00 as 17:00	Psicólogo

Números de participantes

Dois monitores.

Formulário de informações aos participantes:

Será entregue um guia de informações aos participantes com toda a programação do curso, também serão orientados em relação ao horário de chegada e quais os ônibus de acesso. Serão fornecidos os vale-transportes.

Essas informações serão passadas no momento da contratação.

Formulário de informações aos treinadores:

Além do guia do instrutor será entregue também estas informações sobre os participantes, para melhor integrar os participantes com os instrutores, propiciando aos instrutores uma pré-concepção dos treinando, o que ajudará no introduzir e desenvolver do curso.

Informações sobre os participantes:

- Quantidade de participantes: Dois
- Sexo: Masculino
- Idade: 17 anos aproximadamente.
- Hobby: Gostam de jogos, andar em turma, esportes radicais, etc.
- Grupo: Facilidade de formação de turmas.
- Famílias: Estáveis.
- Perfil: Dispersão "dificuldade de prestar atenção", facilidade de absorção "reter conhecimentos", espertos, ágeis.
- Personalidade de Marcos: Fala sem pensar.
- Personalidade de Renato: Pensa sem falar.

6.10) PROCESSO DE ATIVIDADES PÓS-CURSO

Lista de Freqüência

Nomes	**Chamada**				
	Dias da semana				
	Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta
Marcos					
Renato					

Folha para Avaliação

Avaliação				
Nome do participante:				
Instrutor:				
Data:				
Obs:				
Tarefas		Tarefa 1	Tarefa 2	Tarefa 3
AULAS	Primeira			
	Segunda			
	Terceira			

Registro para Notas e Freqüências

Nome	Notas - Freqüências - Instrutores					
	Consultor		**Psicóloga**		**Prof. Artes Cênicas**	
	Nota	**Freqüência (%)**	**Nota**	**Freqüência (%)**	**Nota**	**Freqüência (%)**
Marcos						
Renato						

6.11) PROCESSO DE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTOS DO CURSO PARA O AMBIENTE DE TRABALHO

No final do curso os instrutores conversaram com os participantes e fornecerão um feedback quanto as suas participações nos módulos de cada um e ouvirão a auto-avaliação de cada monitor.

Na empresa os monitores serão constantemente avaliados pelo gerente no local de trabalho para reconhecimento ou não das mudanças propiciadas pelo curso, através do método de observação. O gerente também dará liberdade para eles estarem abertos para comentarem as suas experiências e opiniões. Na conversa entre eles (gerente e monitor) o gerente buscará uma conversa para discutir sobre as habilidades e conhecimentos adquiridos, as facilidades ou dificuldades em determinados aspectos, quais as

oportunidades de aplicação, se está sendo aplicado ou não, se estiver, reconhecer se as tentativas estão sendo satisfatórias.

Todas estas avaliações informais não influenciarão em decisão alguma quanto à pessoa ocupante do cargo de monitor, serão informações relevantes para análise do curso no ambiente de trabalho. O gerente deixará bem claro este aspecto para não causar temor e impedir os comentários dos monitores.

6.12) AVALIAR O TREINAMENTO

Além das conversas informais entre gerente e monitores, outra medida tomada para avaliar será através de uma pesquisa na tela dos computadores para saber o nível de satisfação dos clientes e no caixa no momento da saída, informalmente o caixa irá perguntar se eles têm alguma sugestão ou reclamação. Se o pagamento for efetuado na entrada, valerá somente a pesquisa da tela. Outra forma de avaliar será através do aumento da receita.

6.13) REVISAR O CURSO

O curso será revisado com o apoio de todos os que foram envolvidos. Os monitores através das suas experiências e aplicabilidade no ambiente de trabalho, os instrutores através da carta de sugestão e reclamações, o gerente através das observações durante a execução do treinamento. Com todas estas informações o curso será reavaliado e se for necessário realizar mudanças ou aprimora-lo será ajustado.

7) DESENVOLVIMENTO GERENCIAL

7.1) ETAPAS DO PDG

1 INTRODUÇÃO: Este trabalho tem como finalidade apresentar um Programa de Desenvolvimento Gerencial da Lan House, onde os gerentes devem ter as competências adequadas para exercer suas atividades.

2 PREMISSAS:

Por trabalhar com um público variado de faixa etária variando de 15 aos 30anos, além de funcionários jovens e eventualmente sem experiência, os responsáveis pelo gerenciamento da loja, deverão desenvolver suas habilidades de relacionamento humano, visando atingir o objetivo do negócio .
Em função da mudança constante do perfil do mercado, as empresas necessitam cada vez mais de gestores hábeis, independentes e líderes, para que possam conduzir as suas equipes de uma maneira produtiva e eficaz.

3 PERFIL GERENCIAL:

O gestor deve desenvolver competências tais como:

- **Conhecer o negócio:** conhecer todas as ferramentas que envolvem o entretenimento (jogos em rede) e toda a estrutura administrativa necessária para a atuação da empresa. Conhecer seus possíveis públicos, fornecedores, assistência técnica, cursos na área de jogos, competições, todos os tipos de jogos, como jogar, quanto custa e onde conseguir, entender de finanças (contas a pagar, contas a receber...), questões legais, jurídicas e mercadológicas.

- **Flexibilidade:** ser uma pessoa maleável, que saiba aceitar críticas e sugestões e saiba aproveitá-las no seu dia-a-dia, em possíveis ocasiões em que aconteçam brigas, discussões no ambiente da loja, que ele saiba lidar com diplomacia. È necessário que seja uma pessoa que saiba improvisar.

- **Capacidade de delegar:** saber distinguir entre o seu papel e os dos demais funcionários dentro da organização evitando a centralização de atividades e distribuindo as tarefas e também transmitindo suas próprias experiências para que haja um crescimento e desenvolvimento de toda a equipe.

- **Capacidade de comunicação**: transmitir informações com clareza, estruturar sempre o pensamento antes de falar objetivando uma melhor exposição de idéias, utilizar metodologia específica para facilitar a disseminação do conhecimento na empresa. Respeitar opiniões de terceiros, saber ouvir e responder depois de uma análise do contexto da idéia.

- **Ética:** respeitar a estrutura da organização, desempenhar sua função de maneira satisfatória segundo o que lhe é requerido, estar de acordo com as normas internas e as leis externas do mercado (respeito pelos funcionários, cumprir com suas parcerias, estar em dia com as obrigações fiscais). Outras características que também são necessárias são: humildade, honestidade, responsabilidade, ser verdadeiro...

4 OBJETIVOS DO PDG:

O objetivo é produzir um programa de desenvolvimento gerencial que possa ser aplicado na empresa, visando o aprimoramento dos conhecimentos, habilidades e atitudes gerenciais dos participantes de modo que estejam se tornando gestores que atuem com eficácia.

5 PÚBLICO-ALVO:

Profissional responsável pela administração da empresa e que lidera os funcionários.

6 ESTRUTURA DO PDG:

O Programa de Desenvolvimento Gerencial será composto de módulos para aprimoramento das competências já descritas. Os módulos seguirão uma seqüência lógica, permitindo uma evolução segura do corpo gerencial e conseqüentemente de toda a sua equipe.

7 MÓDULOS OU FASES:

MÓDULO 1: SENSIBILIZAÇÃO PARA O PROCESSO DE PDG
Objetivo do Módulo:
Fazer com que o participante se comprometa com o programa, se envolvendo a ponto de agir.

Temas:
_ Conceituar o PDG
_ Mostrar a sua importância para o desenvolvimento profissional
_ Apresentar a relação entre o PDG e as ações do participante na empresa

Métodos:
Palestra

Duração:
3 etapas com 1 hora de duração cada e com intervalo de 10 minutos entre uma e outra.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Conceito • Importância • Aplicação no ambiente de trabalho	• Ser criativo na aplicação do que foi aprendido no programa	• Estar buscando um contínuo aprimoramento profissional

MÓDULO 2: CONHECER O NEGÓCIO

Objetivo do módulo:
Fazer com que os envolvidos tenham conhecimento sobre as atividades gerenciais, técnicas e administrativas da Lan House, proporcionando uma visão geral aos participantes.

Temas:
_ Apresentar a empresa;
_ Conceituar o objetivo da empresa;
_ Abordar atividades e funções que fazem parte da Lan House;

Métodos:
Palestras

Duração:
8 horas divididas em dois encontros de 4 horas.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Conhecer o funcionamento da Lan House	• Visão geral da empresa	• Abertura para novas estratégias.

MÓDULO 3: FLEXIBILIDADE

Objetivo do Módulo:
Proporcionar aos participantes abordagens que devem ser utilizadas no empreendimento com o intuito de melhoria, analisando sugestões e o posicionamento do mercado.

Temas:
_ Como lidar com conflitos;
_ Como avaliar opiniões externas a empresa e analisar se é possível adaptá-las.

Métodos:
Palestras

Duração:
12 horas divididas em dois encontros de 6 horas.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Reconhecer e valorizar informações • Identificar conflitos	• Adaptar informações para o empreendimento • Lidar com conflitos	• Implantar mudanças • Adaptar a convivência com conflitos à empresa

MÓDULO 4: DELEGAR

Objetivo do módulo:
Fazer com que o participante desenvolva habilidades para delegar funções e tarefas aos subordinados, evitando excesso de trabalho.

Temas:
_ Conceituar o trabalho em equipe;
_ Mostrar a importância de saber ouvir os subordinados;
_ Mostrar a importância de desenvolvimento pessoal de seus subordinados.

Métodos:
_ Palestras;
_ Cursos.

Duração:
24 horas divididas em 3 encontros de 8 horas.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Conceito	• Ser maleável para delegar	• Buscar o desenvolvimento pessoal de seus funcionários

MÓDULO 5: COMUNICAR

Objetivo do Módulo:
Demonstrar ao participante a importância de transmitir informações corretamente dentro de uma empresa.

Temas:
_ Comunicação com clientes, fornecedores e funcionários;
_ Saber ouvir e respeitar a opinião de outras pessoas, analisando as informações recebidas.

Métodos:
_ Palestra

Duração:
8 horas divididas em 2 encontros de 4 horas.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Conceito • Importância • Aplicação no ambiente de trabalho	• Reconhecer feedback	• Melhoria contínua na comunicação da empresa

MÓDULO 6: ÉTICA

Objetivo do módulo:
Analisar as questões éticas que os profissionais enfrentam na gestão empresarial.

Temas:
_ Respeitar a posição das pessoas que compõem a empresa;
_ Analisar situações antes de emitir conclusões;
_ Não se precipitar aos fatos.

Métodos:
_ Palestras.

Duração:
3 etapas com uma hora de duração.

CONHECIMENTOS	HABILIDADES	ATITUDES
Conceito	• Analisar situações	• Agir eticamente

8 RECURSOS:

Módulos	**Recursos Humanos**	**Recursos Materiais**
Módulo 1- Sensibilização para o processo de PDG	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;
Módulo 2- Conhecer o negócio	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;
Módulo 3- **- Flexibilidade**	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;
Módulo 4- Delegar	1 instrutor	Equipamentos: 1 Multimídia; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;
Módulo 5- Comunicação	1 instrutor 1 estagiário	Equipamentos: 1 TV/ vídeo;
Módulo 6- Ética	1 instrutor	1 TV/ vídeo

9 ORÇAMENTO:

Módulos	Recursos Humanos	Recursos Materiais	Recursos Financeiros
Módulo 1- Sensibilização para o processo de PDG	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;	A serem definidos
Módulo 2- Conhecer o negócio	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;	A serem definidos
Módulo 3- - Flexibilidade	1 instrutor	Equipamentos: 1 Retroprojetor; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;	A serem definidos
Módulo 4- Delegar	1 instrutor	Equipamentos: 1 Multimídia; 1 tela de projeção; 1 TV/ vídeo;	A serem definidos
Módulo 5- Comunicação	1 instrutor 1 estagiário	Equipamentos: 1 TV/ vídeo;	A serem definidos
Módulo 6- Ética	1 instrutor	1 TV/ vídeo	A serem definidos

10. CRONOGRAMA:

Módulos	**Semana 01**	**Semana 02**	**Semana 03**	**Semana 04**	**Semana 05**	**Semana 06**
Módulo 1- Sensibilização para o processo do PDG	3 horas					
Módulo 2- Conhecer o negócio		4 horas	4 horas			
Módulo 3- Flexibilidade			6 horas	6 horas		
Módulo 4- Delegar				8 horas	8 horas	8 horas
Módulo 5- Comunicação					4 horas	4 horas
Módulo 6- Ética						3 horas

8) ASPECTOS FINANCEIROS

8.1) Investimento inicial

INVESTIMENTO INICIAL		
Estrutura		
39 Computadores (37 para jogar e 1 para o caixa e 1 para o escritório).	R$	25.500,00
2 Servidores - Pentium 4 / 1024 DDR / Mon. 15P.Sansung / 2 Hd's 60GB.	R$	5.498,00
Sistema Operacional Windows XP - Com Licença para cada Estação.	R$	19.500,00
12 Jogos do Momento que estão sendo mais utilizados.	R$	20.000,00
Linha telefônica.	R$	32,06
Internet.	R$	610,55
Software de Gerenciamento: CD-ROM 52x – LG Floppy.	R$	1.256,00
2 aparelhos telefônicos (1 recepção, 1 escritório).	R$	60,00
2 Ar Condicionados Sprinter de 24.000 BTU'S.	R$	4.000,00
Ambiente da loja:		
38 Poltronas de Espuma Injetáveis e Ergonômicas com base à Gás (1 para o escritório).	R$	4.180,00
19 Mesas com base de apoio em metal e tampa de vidro 12mm Fume (1 para o escritório).	R$	5.320,00
1 Poltrona (sala de estar).	R$	179,00
1 Sofá 3/1 (sala de estar).	R$	289,00
2 Tapetes de fácil limpeza para Auto Tráfego (1 escritório).	R$	318,00
2 Mesas de Vidro Azul	R$	500,00
6 Cadeiras com base em INOX.	R$	540,00
2 Cestos de lixo (1 loja e 1 escritório).	R$	100,00
1 Balcão para o caixa em concreto com tampa de vidro 12mm Fumê.	R$	300,00
1 Quadro (escritório).	R$	75,00
1 Banco (caixa).	R$	115,00
2 armários (1 escritório, 1 depósito).	R$	360,00
Decoração:		
Frente da Loja toda de Vidro 12mm Temperado com película Espelhada em Azul.	R$	1.000,00
Teto com Gesso Decorado e Iluminação Inteligente.	R$	1.260,00
Piso em Mármore Italiano que já estava pronto na loja.		
Pintura Texturizada em todas as Paredes.	R$	600,00
Lâmpadas.	R$	80,00
Lustres.	já instalados na loja	
Tomadas.	já instalados na loja	
Cabos.	já instalados na loja	
Outros:		
1 Máquina de Refrigerante.	Empréstimo Coca-cola	
1 Máquina de salgadinhos .	Empréstimo Elma Chips	
Treinamento (2 participantes – 1.425,00 cada).	R$	2.850,00
Publicidade.	R$	15.000,00
Total	**R$**	**109.522,61**

8.2) Orçamento de custos e despesas

	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Projeção de horas vendidas	3.460,00	4.662,00	5.450,00	5.347,00	5.560,00	5.741,00
Capacidade máxima	13.320,00					

A Lan House ficará aberta das 10:00 as 22:00 (12:00 horas), considerando que nas primeiras 4 horas a demanda será baixa, melhorando a partir das 14:00 horas e piorando depois das 20:00 horas. Teremos seis horas de pico, das 14:00 as 20:00 horas.

Com a capacidade total, num período de 30 dias e uma estrutura de 37 computadores, teríamos 13.320 horas, porém, como o empreendimento será novo, começaremos com uma capacidade de 26% do total, equivalente a 52% das horas de pico. Lembrando que o preço por hora é de R$: 3,00.

CUSTOS E DESPESAS FIXAS						
	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Depreciação das máquinas e bens móveis	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13
Custos de manutenção	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00
Materiais de escritório	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00
Telefone	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00
Salários	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00
Encargos (78,74%)	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48
Contador	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00
Despesa com aluguel	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00
Despesa com energia elétrica	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00
Despesa com condomínio	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00
Despesas com outros itens	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00
Publicidade	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00
TOTAL FIXOS	**R$ 10.770,61**	**R$ 10.770,61**	**R$ 10.770,61**	**R$ 10.770,61**	**R$ 10.770,61**	**R$ 10.770,61**

CUSTOS E DESPESAS VARIÁVEIS						
	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Energia elétrica	R$ 432,59	R$ 582,87	R$ 681,39	R$ 668,51	R$ 695,14	R$ 717,77
ISS (5%)	R$ 173,00	R$ 233,10	R$ 272,50	R$ 267,35	R$ 278,00	R$ 287,05
TOTAL VARIÁVEIS	**R$ 605,59**	**R$ 815,97**	**R$ 953,89**	**R$ 935,86**	**R$ 973,14**	**R$ 1.004,82**

TOTAL	**R$ 11.376,20**	**R$ 11.586,58**	**R$ 11.724,50**	**R$ 11.706,47**	**R$ 11.743,75**	**R$ 11.775,43**

8.3) Cálculo do ponto de equilíbrio

PONTO DE EQUILIBRIO						
	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Custos e despesas fixas	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61
Preço de venda	R$ 3,00	R$ 3,00	R$ 3,00	R$ 3,00	R$ 3,00	R$ 3,00
Custos e despesas variáveis unitário	R$ 0,18	R$ 0,18	R$ 0,18	R$ 0,18	R$ 0,18	R$ 0,18
Ponto de Equilíbrio	R$ 3.812,64	R$ 3.812,64	R$ 3.812,64	R$ 3.812,64	R$ 3.812,64	R$ 3.812,64

VERIFICAÇÃO						
	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Custos e despesas fixas	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61	R$ 10.770,61
Receita	R$ 10.380,00	R$ 13.986,00	R$ 16.350,00	R$ 16.041,00	R$ 16.680,00	R$ 17.223,00
Custos e despesas variáveis	R$ 605,59	R$ 815,97	R$ 953,89	R$ 935,86	R$ 973,14	R$ 1.004,82
Resultado	R$ (996,20)	R$ 2.399,42	R$ 4.625,50	R$ 4.334,53	R$ 4.936,25	R$ 5.447,57

8.4) Cálculo do capital de giro

CMO = Custo Total - Depreciação X Ciclo de Caixa /30

Necessidade de caixa mínimo operacional						
Descrição	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Custo Total	11.376,20	11.586,58	11.724,50	11.706,47	11.743,75	11.775,43
Depreciação	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13	R$ 348,13
Ciclo de caixa (dias)	4	4	4	4	4	4
Caixa Mínimo	R$ 1.470,41	R$ 1.498,46	R$ 1.516,85	R$ 1.514,45	R$ 1.519,42	R$ 1.523,64

CS = Total dos Salários X Prazo Médio de Pagamentos / 30

Contribuição dos salários para financiamento da NCG						
Descrição	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Total dos Salários	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00
PMP dos Salários (dias)	30	30	30	30	30	30
Crédito com Salários	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00

CE = Total dos Encargos X Prazo Médio de Pagamentos / 30

Contribuição dos encargos para financiamento da NCG						
Descrição	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Total dos Encargos	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48
PMP dos Encargos (dias)	30	30	30	30	30	30
Crédito com Encargos	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48

CI = Total dos Impostos X Prazo médio de pagamento / 30

Contribuição dos impostos para financiamento da NCG						
Descrição	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Impostos	R$ 173,00	R$ 233,10	R$ 272,50	R$ 267,35	R$ 278,00	R$ 287,05
PMP dos Impostos (dias)	30	30	30	30	30	30
Crédito com Impostos	R$ 173,00	R$ 233,10	R$ 272,50	R$ 267,35	R$ 278,00	R$ 287,05

Quadro demonstrativo da necessidade de capital de giro

Descrição	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
Caixa Mínimo	R$ 1.470,41	R$ 1.498,46	R$ 1.516,85	R$ 1.514,45	R$ 1.519,42	R$ 1.523,64
Total das necessidades	R$ 1.470,41	R$ 1.498,46	R$ 1.516,85	R$ 1.514,45	R$ 1.519,42	R$ 1.523,64
Crédito com Salários	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00
Crédito com Encargos	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48
Crédito com Impostos	R$ 173,00	R$ 233,10	R$ 272,50	R$ 267,35	R$ 278,00	R$ 287,05
Total de recursos	R$ 5.070,48	R$ 5.130,58	R$ 5.169,98	R$ 5.164,83	R$ 5.175,48	R$ 5.184,53
Necessidade de Capital de Giro	**R$ (3.600,07)**	**R$ (3.632,12)**	**R$ (3.653,13)**	**R$ (3.650,38)**	**R$ (3.656,06)**	**R$ (3.660,89)**

8.5) Fluxo de caixa

FLUXO DE CAIXA							
Descrição	Inicio	1º mês	2º mês	3º mês	4º mês	5º mês	6º mês
1. Saldo Inicial de Caixa		R$ -	R$ (0,00)	R$ 2.747,55	R$ 7.721,18	R$ 12.403,85	R$ 17.688,23
2. Total de Ingressos	R$ 109.522,61	R$ 11.028,06	R$ 13.986,00	R$ 16.350,00	R$ 16.041,00	R$ 16.680,00	R$ 17.223,00
Vendas	R$ -	R$ 10.380,00	R$ 13.986,00	R$ 16.350,00	R$ 16.041,00	R$ 16.680,00	R$ 17.223,00
Recursos Próprios	R$ 109.522,61	R$ 648,06	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
Receitas Financeiras	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -	R$ -
3. Total de Desembolso	R$ 109.522,61	R$ 11.028,06	R$ 11.238,45	R$ 11.376,37	R$ 11.358,34	R$ 11.395,62	R$ 11.427,30
Energia elétrica	R$ -	R$ 432,59	R$ 582,87	R$ 681,39	R$ 668,51	R$ 695,14	R$ 717,77
ISS (5%)	R$ -	R$ 173,00	R$ 233,10	R$ 272,50	R$ 267,35	R$ 278,00	R$ 287,05
Total de custos e despesas variáveis	**R$ -**	**R$ 605,59**	**R$ 815,97**	**R$ 953,89**	**R$ 935,86**	**R$ 973,14**	**R$ 1.004,82**
Custos de manutenção	R$ -	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00	R$ 200,00
Materiais de escritório	R$ -	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00	R$ 150,00
Telefone	R$ -	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00	R$ 85,00
Salários	R$ -	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00	R$ 2.740,00
Encargos (78,74%)	R$ -	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48	R$ 2.157,48
Contador	R$ -	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00	R$ 240,00
Despesa com aluguel	R$ -	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00	R$ 3.000,00
Despesa com energia elétrica	R$ -	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00
Despesa com condomínio	R$ -	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00	R$ 400,00
Despesas com outros itens	R$ -	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00	R$ 700,00
Publicidade	R$ -	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00	R$ 350,00
Total dos custos e despesas fixas	**R$ -**	**R$ 10.422,48**	**R$ 10.422,48**	**R$ 10.422,48**	**R$ 10.422,48**	**R$ 10.422,48**	**R$ 10.422,48**
Total de investimentos	**R$ 109.522,61**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**	**R$ -**
4. Saldo de caixa do período	R$ -	R$ (0,00)	R$ 2.747,55	R$ 4.973,63	R$ 4.682,66	R$ 5.284,38	R$ 5.795,70
5. Saldo de caixa acumulado	R$ -	R$ (0,00)	R$ 2.747,55	R$ 7.721,18	R$ 12.403,85	R$ 17.688,23	R$ 23.483,93

8.6) Estimativa de demanda

Analisando o cenário mercadológico deste empreendimento baseado em dados levantados na concorrência, foi traçada uma estimativa de demanda num período de quatro anos, considerando a sazonalidade verificada nos meses de janeiro,fevereiro, junho e julho, onde as vendas caem, devido às férias estudantis. Segundo as teorias de ciclo de vida de um produto (introdução, crescimento, maturação e declínio), foi verificado que este empreendimento tem ainda um bom tempo na fase de maturação para passar para o declínio. O tempo de maturação, maior ou menor, será determinado pelo mercado e pelos avanços tecnológicos.

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
R$ (0,00)	R$ 2.747,55	R$ 4.973,63	R$ 4.682,66	R$ 5.284,38	R$ 5.795,70

Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	1º Ano
R$ 3.856,00	R$ 4.210,00	R$ 5.100,00	R$ 5.366,00	R$ 6.452,00	R$ 5.720,00	R$ 54.187,93

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
R$ 3.090,00	R$ 3.580,00	R$ 4.925,00	R$ 5.420,00	R$ 5.840,00	R$ 4.980,00

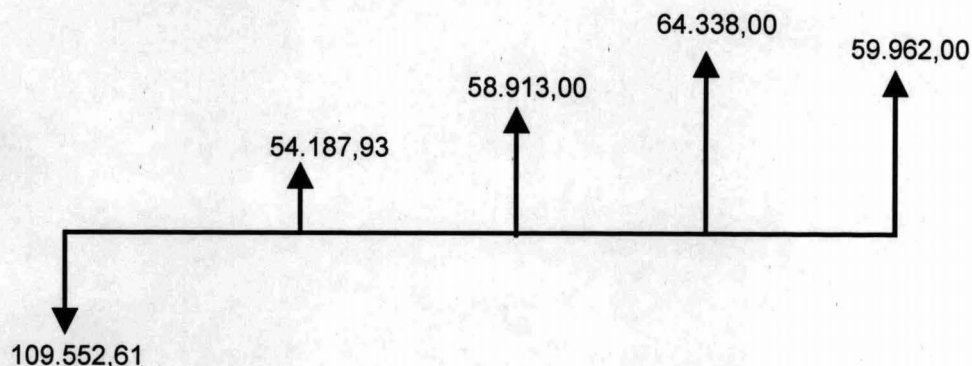
Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	2º Ano
R$ 3.145,00	R$ 4.417,00	R$ 5.780,00	R$ 6.240,00	R$ 6.176,00	R$ 5.320,00	R$ 58.913,00

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
R$ 3.651,00	R$ 3.749,00	R$ 4.852,00	R$ 5.346,00	R$ 5.989,00	R$ 5.321,00

Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	3º Ano
R$ 3.746,00	R$ 4.773,00	R$ 5.957,00	R$ 6.784,00	R$ 7.542,00	R$ 6.628,00	R$ 64.338,00

Jan	Fev	Mar	Abr	Mai	Jun
R$ 3.425,00	R$ 3.469,00	R$ 4.983,00	R$ 5.527,00	R$ 6.432,00	R$ 5.121,00

Jul	Ago	Set	Out	Nov	Dez	4º Ano
R$ 4.039,00	R$ 4.572,00	R$ 5.491,00	R$ 5.734,00	R$ 5.849,00	R$ 5.320,00	R$ 59.962,00

8.7) Análise econômico-financeira

T.I.R. = 38,96% aa

8.7.1) PAYBACK SIMPLES

Etapas	Investimento	Fluxo de caixa	Balanço
0	(109.522,61)		(109.522,61)
1		54.187,93	(55.334,68)
2		58.913,00	3.578,32
3		64.338,00	67.916,32
4		59.962,00	127.878,32

A partir do cálculo do payback simples, deduz-se que o tempo estimado para retorno do investimento é de 1 anos, 11 meses e 8 dias.

8.7.2) PAYBACK DESCONTADO

Etapas	Investimento	Fluxo de caixa	Valor presente	Balanço
0	(109.522,61)	-	(109.522,61)	(109.522,61)
1	-	54.187,93	R$ 45.728,21	(63.794,40)
2	-	58.913,00	R$ 41.954,10	(21.840,30)
3	-	64.338,00	R$ 38.664,51	16.824,21
4	-	59.962,00	R$ 30.409,04	47.233,25

A partir do cálculo do payback descontado, deduz-se que o tempo estimado para retorno do investimento é de 2 anos, 6 meses e 24 dias.

9) ASPECTOS JURÍDICOS PARA REGISTRO DA LAN HOUSE

Consulta Comercial

Finalidade:

- A consulta comercial tem como finalidade à aprovação, por parte da Prefeitura Municipal, do local de funcionamento da empresa. Para tanto, verifica-se a conformidade, em termos legais, das atividades a serem desenvolvidas com a área (bairro, rua, avenida) onde a empresa será instalada.

Órgão responsável

- Prefeitura Municipal;
- Secretária Municipal de Urbanismo.

Documentação necessária:

- Preencher um formulário próprio (Junta Comercial);
- Anexar cópia do carnê de IPTU do local pretendido.

Informar

- Área do estabelecimento: 130 m2;
- Atividade a ser desenvolvida: Entretenimento.

Busca de nome e arquivamento do contrato social

Finalidade:

- Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e registrar o contrato social. Verifica-se, também, os antecedentes dos sócios junto a Receita Federal, através de pesquisas do CPF.

Órgão responsável

- Junta Comercial do Paraná

Documentação necessária

Para a busca de nome:

- Formulário próprio (Junta Comercial) preenchido com três opções de nome.

Para arquivamento do contrato social:

- Contrato Social - assinado em 3 vias;

- Cópia autenticada do RG e CPF dos sócios;

- Requerimento Padrão (Capa da Junta) em 1 via;

- FCN modelo 1 e 2 em 1 via;

- Cópia autenticada do RG do elaborador do contrato, quando ME;

- Pagamento da guias através de GRP e DARF.

Solicitação do CNPJ

Finalidade:

- Incluir a empresa no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ).

Órgão responsável

- Receita Federal

Documentação necessária

- Deve ser preenchido um formulário de CNPJ, via Internet, disponível no site da receita federal e enviado à receita, após, deverá ser impresso, assinado pelo administrador e reconhecido firma do DBE (documento básico de entrada) que anexado a uma cópia do contrato social autenticado deverá ser entregue à receita federal, para obtenção do CNPJ, via postal.

Alvará de licença

Finalidade:

- Licenciamento para desenvolver as atividades no local pretendido.

Órgão responsável e endereço

- Prefeitura Municipal;

- Secretaria Municipal da Fazenda.

Documentação necessária

- Preenchimento do formulário próprio (Prefeitura);

- Consulta comercial aprovada;

- Cópia do CNPJ;

- Cópia do Contrato Social;

- Laudo do corpo de bombeiros, quando for o caso;

- Laudo da vigilância sanitária, quando for o caso;

- E outros documentos específicos pedidos na consulta comercial, quando necessário.

Matrícula no INSS

Finalidade:

- Quando o sócio não tem registro no INSS, deverá providenciar após a abertura da empresa.

Órgão responsável

- INSS- Instituto Nacional de Seguridade Social;

- Divisão de Matrículas.

10) CONCLUSÃO

Após avaliar detalhadamente o mercado em que será inserido o empreendimento em questão e analisar os aspectos técnicos e organizacionais, chegou-se a conclusão que existe viabilidade técnica, já que os equipamentos e programas adquiridos contribuirão para a alavancagem do negócio.

Existe também viabilidade comercial, uma vez que o setor de entretenimento virtual está em grande expansão, criando hábitos diferentes, a ponto de jovens deixarem de ir a casas de shows, danceterias ou bares da moda para participarem das sessões “corujão” ou “frag night”, que acontecem nas madrugadas de sextas e sábados.

Houve viabilidade financeira, porém o negócio só se manterá no mercado se continuar havendo inovações tecnológicas constantemente, tais como novos programas, novas máquinas,etc. Concluindo, é viável abrir uma Lan House.

11) REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Dornelas, José Carlos A . Epreendedorismo: Transformando Idéias em Negócios. Rio de Janeiro, Campus, 2001.

Pereira, Heitor J & Santos, Silvio A. dos Santos. Criando seu próprio negócio- Como desenvolver o potencial empreendedor. Brasília, Edição SEBRAE, 1995.

Boog, Gustavo. Manual de Treinamento e Desenvolvimento. São Paulo, Makron Books, 1994.

Brealey, Richard A. & Meyers Stewart. Princípios de Finanças Empresariais. Lisboa, 1992.

12) ANEXOS

12.1) Parte I

Tabela 1) Funcionamento do Empreendimento e peridiodicidade

Atividades	Diário	Semanal	Mensal	Esporádico
Limpeza	X			
Manutenção de produtos e utensílios de limpeza.	X			
Manutenção do ambiente limpo.	X			
Segurança.	X			
Atendimento aos clientes e orientações dos jogos.	X			
Operações de compra e venda de horas de jogo.	X			
Operações de compra e venda de materiais de manutenção.			X	
Recebimento e pagamento de materiais.			X	
Supervisão dos funcionários.		X		
Negociações com fornecedores.				X
Pagamentos de contas, despesas e salários.			X	
Levantar informações mercadológicas.				X
Criar, implantar e supervisionar peças promocionais.				X
Buscar parcerias.				X
Relatórios de entrada e saídas.	X			
Abrir e fechar a loja.	X			

Tabela 2) Relação das atividades com as unidades necessárias para o empreendimento.

Atividades	Comercial	Financeiro	Operacional	Administrativo	Gerencial
Limpeza			X		
Manutenção de produtos e utensílios de limpeza.			X		
Manutenção do ambiente limpo.			X		
Segurança.			X		
Atendimento aos clientes e orientações dos jogos.	X				
Operações de compra e venda de horas de jogo.			X		
Operações de compra e venda de materiais de manutenção.				X	
Recebimento e pagamento de materiais.				X	
Supervisão dos funcionários.					X
Negociações com fornecedores.	X				
Pagamentos de contas, despesas e salários.		X			
Levantar informações mercadológicas.	X				
Criar, implantar e supervisionar peças promocionais.	X				
Buscar parcerias.	X				
Relatórios de entrada e saídas.			X		

Tabela 3) Descrição das atividades com os cargos e a unidade competente.

Atividades	Cargo				Unidade	
	Gerente	**Monitor**	**Caixa**	**Aux. de Limpeza**	**Administrativa**	**Operacional**
Limpeza				X		X
Manutenção de produtos e utensílios de limpeza.				X		X
Manutenção do ambiente limpo.				X		X
Segurança.	X				X	
Atendimento aos clientes e orientações dos jogos.		X				X
Operações de compra e venda de horas de jogo.			X			X
Operações de compra e venda de materiais de manutenção.	X				X	
Recebimento e pagamento de materiais.	X				X	
Supervisão dos funcionários.	X				X	
Negociações com fornecedores.	X				X	
Pagamentos de contas, despesas e salários.	X				X	
Levantar informações mercadológicas.	X				X	
Criar, implantar e supervisionar peças promocionais.	X				X	
Buscar parcerias.	X				X	
Relatórios de entrada e saídas.			X			X
Abrir e fechar a loja.	X				X	

12.2) Parte II

Tabela de Descrição de Cargo para o cargo de Auxiliar de limpeza.

Título do cargo: Auxiliar de limpeza
Unidade: Operações
Descrição Sumária:
Limpeza de todas as áreas da empresa, interna e externa e de todos os equipamentos e peças existentes.
Descrição Detalhada:
❖ Limpeza de piso, parede, teto, porta, janela, vidro, calçada (área externa), mobiliários e peças existentes.
❖ Usa produtos químicos e materiais de limpeza necessários para cada ambiente e superfície, evitando desperdiço.
❖ Mantêm em ordem os utensílios de limpeza, como panos, baldes, rodos, vassouras, espanador, buchas, escovas e os produtos.
❖ A Limpeza dos equipamentos deve ser feita nas áreas visíveis, não podendo abrir ou desmontar para limpar internamente. Os produtos usados não podem ser abrasivos.
Sua função será realizada todos os dias no período matutino antes do horário de expediente.
Especificações:
1 – INSTRUÇÃO:
Formação escolar:
Conhecimentos formais equivalentes aos adquiridos em escolaridade primária (1ª a 8ª série).
2 – CONHECIMENTOS:
Conhecimentos de produtos (Quais são abrasivos ou não).
Quais utensílios de limpeza são usados para determinadas superfícies.
3 – HABILIDADES:
De comunicação, relacionamento, simpatia.
4 – EXPERIÊNCIA:
No mínimo seis meses.
5 – COMPLEXIDADE/ INICIATIVA:
Tarefas rotineiras, com algumas variações diárias, através de uma escala feita pela própria funcionária que irá intercalar as suas tarefas com os produtos e os dias que serão limpos os equipamentos, as calçadas, etc., e quantas vezes por semana.
6 – RESPONSABILIDADE POR MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS:
Não será responsável pelas máquinas quanto à segurança delas, mas quanto aos procedimentos de limpeza que as envolve.
7 - RESPONSABILIDADE POR ERROS:
Sua responsabilidade inclui eventuais danos causados nos equipamentos e nas peças no momento da limpeza ou no uso inadequado de produtos.
8 – ESFORÇO FÍSICO:
Todo o seu trabalho exige movimentação e esforço físico leve realizado em algumas horas antes do expediente, todos os dias.
9 – AMBIENTE:
O ambiente é agradável e confortável, com ar-condicionado que pode trazer problemas respiratórios, mas bem reduzido.
DATA DE ELABORAÇÃO: __/__/__ REVISÃO: ________

Tabela de Descrição de Cargo para o cargo de Caixa.

Título do cargo: Caixa
Unidade: Operações
Descrição Sumária:
Operador do caixa.
Descrição Detalhada:
❖ A abertura do caixa e a quantia existente estão sobre seus cuidados.
❖ As entradas e saídas diárias são contabilizadas pelo ocupante deste cargo. As vendas, os pagamentos e trocos.
❖ O fechamento do caixa, os cálculos e as quantias existentes são de sua responsabilidade.
O relatório das ações diariamente entregue ao supervisor.
Trabalha todos os dias no horário de expediente do shopping, sendo que a sua carga horária é de seis horas por dia.
Especificações:
1 – INSTRUÇÃO:
Formação escolar:
Conhecimentos formais equivalentes aos adquiridos em escolaridade do segundo grau completo.
2 – CONHECIMENTOS:
Conhecimentos matemáticos. Raciocínio lógico. Informática.
3 – HABILIDADES:
Boa comunicação, simpatia, agilidade e esperteza.
4 – EXPERIÊNCIA:
No mínimo um ano como operador de caixa.
5 – COMPLEXIDADE/ INICIATIVA:
Tarefas rotineiras, que exigem muita atenção, agilidade e raciocínio rápido.
6 - RESPONSABILIDADE POR ERROS:
Os erros relacionados aos valores contidos no caixa no início das operações e na concordância quanto aos valores contabilizados no final do expediente que podem ser conferidos nos relatórios diários ou no sistema.
7 – ESFORÇO FÍSICO E VISUAL:
Todo o seu trabalho exige pouca movimentação e muito esforço mental e visual, durante todo o tempo de execução da suas funções.
8 – AMBIENTE:
O ambiente é agradável e confortável, com ar-condicionado que pode trazer problemas respiratórios, mas bem reduzido.
DATA DE ELABORAÇÃO: __/__/__ REVISÃO: ________

Tabela de Descrição de Cargo para o cargo de Monitor.

Título do cargo: Monitor	
Unidade: Operações	
Descrição Sumária:	
Trabalha com atendimento e como facilitador dos serviços oferecidos aos clientes.	
Descrição Detalhada:	
Recepciona os clientes os deixando confortáveis no ambiente.	
Apresenta a Lan House explicando seu funcionamento.	
Comenta brevemente sobre os jogos que a casa possui e possíveis lançamentos.	
Guia os clientes para efetivarem as compras das horas de jogo.	
Orienta os clientes quanto aos jogos, ajudando-os a jogarem.	
Fala sobre os pacotes promocionais e as vantagens que a casa oferece.	
Oferece produtos alimentícios que a casa vende.	
Está constantemente no ambiente das operações e disponível para esclarecer eventuais dúvidas.	
Acompanha os clientes até o momento da saída da loja.	
Trabalha todos os dias no horário de expediente do shopping, sendo que a sua carga horária é de seis horas por dia.	
Especificações:	
1 – INSTRUÇÃO:	
Formação escolar:	
Conhecimentos equivalentes ao segundo grau completo e tentando ou cursando o terceiro grau relacionado às áreas de processamento de dados ou tecnologia da informação.	
2 – CONHECIMENTOS	
Alto conhecimento técnico (informática) e médio conhecimento na área de relacionamento.	
3 – HABILIDADES	
Boa comunicação, facilidade em conquistar e manter relacionamento, totalmente simpático e diplomata.	
4 – EXPERIÊNCIA	
Experiência como vendedor, atendente, recepcionista ou professor de informática num prazo mínimo de um ano e meio.	
5 – COMPLEXIDADE/ INICIATIVA	
Tarefas que possuem uma seqüência, mas que necessariamente não precisam ser na mesma ordem e nem padronizadas, variando com o cliente e a situação de conhecimento e dúvida por parte deste. Fica ao seu critério e personalidade as formas mais atrativas de se abordar um cliente e a percepção de incomodo ao mesmo.	
6 – RESPONSABILIADADE POR MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS:	
Sua responsabilidade diz respeito ao uso inadequado do equipamento no momento das instruções e a própria orientação quanto ao uso.	
7 – RESPONSABILIDADE POR MATERIAIS E PRODUTOS:	
A ordem do ambiente e das peças expostas ficam ao seu cuidado.	
8 - RESPONSABILIDADE POR ERROS:	
Todo os procedimentos para ligar, desligar e quanto ao uso dos equipamentos é de sua responsabilidade, para evitar problemas nos aparelhos, nas configurações, nas senhas e no sistema de gerenciamento.	
9 – RESPOSABILIDADE POR CONTATOS:	
Todos os clientes estão sob sua responsabilidade, quanto ao atendimento e controle do ambiente, ficando responsável para impedir tumultos ocasionados por brigas.	
13 – CONDIÇÕES DE TRABALHOS	
O ambiente é agradável e confortável, com ar-condicionado que pode trazer problemas respiratórios, mas bem reduzido.	
DATA DE ELABORAÇÃO: __/__/__	REVISÃO: ________

Tabela de Descrição de Cargo para o cargo de Gerente.

Título do cargo: Gerente
Unidade: Administrativo/Gerencial
Descrição Sumária:
Todas as áreas: administrativa, financeira,comercial e gerencial da empresa está sobre sua liderança.
Descrição Detalhada:
Levanta informações mercadológicas para tomadas de decisões.
Implementa e acompanha as ações promocionais.
Supervisiona e orienta as atividades efetuadas pelos funcionários.
Compra todo material necessário para limpeza, para o escritório e para a manutenção do estabelecimento.
Negocia com fornecedores tudo o que diz respeito aos softwares e hardwares, seja para, compra, reposição ou troca.
Negocia com fornecedores da manutenção, como de telefonia, internet, luz e outros necessários.
Negocia com fornecedores de produtos comercializados na loja, como salgadinhos e bebidas no caso de compra, reposição ou troca.
Busca parcerias com fornecedores em geral para meios promocionais ou financeiramente rentáveis.
Paga todas as contas e despesas geradas pelo empreendimento.
Trabalha todos os dias no horário de expediente do shopping, com tarefas internas e outras externas.
Abre e fecha a loja para garantir a segurança e a ordem do estabelecimento.
Especificações:
1 – INSTRUÇÃO:
Formação escolar:
Conhecimentos equivalentes ao terceiro grau completo relacionado à área de administração, engenharia ou tecnologia.
2 – CONHECIMENTOS:
Conhecimentos em informática, inglês, marketing, técnicas gerenciais.
3 – HABILIDADES:
Em comunicação, relacionamento, liderança e gerenciamento e negociações.
4 – EXPERIÊNCIA:
Noções em atendimento em varejo, gerenciamento mínimo de 3 anos
5 – COMPLEXIDADE/ INICIATIVA:
Tarefas em geral não padronizadas,exigindo iniciativa para a solução de problemas diversificados. Exige discernimento e desembaraço para tomar decisões mais convenientes. Trabalho que exige ação independente.
6 – RESPONSABILIDADE POR DADOS CONFIDENCIAIS:
Têm acesso as informações confidenciais (salários de todos os colaboradores), cuja divulgação inadvertida pode provocar embaraços internos.
7 – RESPONSABILIDADE POR SUPERVISÃO:
Todos os outros funcionários, bem como dois monitores, uma auxiliar de limpeza e dois caixas, serão supervisionados pelo ocupante deste cargo. Os monitores quanto ao atendimento aos clientes serão supervisionados constantemente no ambiente de trabalho no momento das suas execuções exigidas pelo cargo. A auxiliar de limpeza não será diretamente supervisionada, mas havendo problemas será interrogada. Os caixas quanto aos relatórios diários entregues.
8 – RESPONSABILIADADE POR MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS:
Sua responsabilidade está relacionada à segurança dos equipamentos.

9 – RESPONSABILIDADE POR NUMERÁRIO:
O responsável tem acesso a todas as informações financeiras, exigindo confiabilidade quanto aos valores no caixa, as negociações com fornecedores, as compras e pagamentos e todas as questões que envolvem dinheiro de maneira coerente.
10 – RESPONSABILIDADE POR MATERIAIS E PRODUTOS:
Os Softwares, Hardwares e as peças que estão no ambiente de trabalho (mesas, cadeiras, máquina de conveniência, etc.) estão sobre o seu cuidado.
11 - RESPONSABILIDADE POR ERROS:
Planejamento mercadológico e financeiro que podem acarretar em perdas desnecessárias. Trabalho que envolve recomendações de política salarial, que, se cometidos erros de julgamento, podem implicar dispêndios consideráveis para a empresa.
12 – RESPONSABILIDADE POR CONTATOS:
Contatos com clientes e funcionários exigindo diplomacia e proativismo. Contatos freqüentes com colaboradores, gerentes e representantes de outras companhias, exigindo tato e discernimento para levar a termo entrevistas de tipos variados.
13 – ESFORÇO MENTAL E VISUAL:
Envolve toda a atenção aos pagamentos dos fornecedores e aos salários dos funcionários, concentração nos números relacionados aos valores de entrada e saída, bem como o orçamento e fluxo de caixa da empresa, as negociações com parceiros e fornecedores, preocupações com a segurança dos equipamentos e na supervisão dos funcionários, atenção ao mercado e a concorrência, a reposição de produtos e compra de novos jogos. Todas estas funções são executadas em períodos variados, com pouca repetição em curto prazo.
14 – CONDIÇÕES DE TRABALHOS
Normais de escritório.
DATA DE ELABORAÇÃO: __/__/__ REVISÃO: ________

12.3) Parte III

Manual de Avaliação de Cargos

Fator	Grau A	Grau B	Grau C	Grau D
Requisitos Mentais:				
1 – Instrução essencial	15	20	25	30
2 – Experiência anterior	20	25	30	35
3 – Iniciativa	25	30	35	40
Requisitos Físicos:				
4 – Esforço físico	05	10	15	20
5 – Concentração mental e visual	10	15	20	25
Responsabilidade por:				
6 – Supervisão de pessoas	05	10	15	20
7 – Material ou equipamento	15	20	25	30
8 – Informações confidenciais	10	15	20	25

1 – Instrução Essencial

Este fator considera o grau de instrução geral ou técnico especializado da pessoa necessário para ocupar o cargo.

Grau	Descrição	Pontos
A	O cargo requer apenas que o ocupante tenha o primeiro grau completo (1º a 8ª série).	**15**
B	O cargo requer a conclusão do segundo grau.	**20**
C	O cargo requer a conclusão do segundo grau e que o ocupante do cargo esteja tentando ou cursando o terceiro grau.	**25**
D	O cargo requer que se tenha concluído o terceiro grau.	**30**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de experiência necessária para ocupar o cargo.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	O cargo requer apenas que o ocupante tenha seis meses de experiência.	**20**
B	O cargo requer que o ocupante tenha um ano de experiência.	**25**
C	O cargo requer que o ocupante tenha um ano e meio de experiência.	**30**
D	O cargo requer que se tenha três anos de experiência.	**35**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de iniciativa por parte do ocupante do cargo.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	Iniciativa para observar quais as tarefas precisaram ser executadas no dia.	**25**
B	Iniciativa para resolver eventuais problemas no seu trabalho.	**30**
C	Iniciativa para resolver possíveis conflitos, dúvidas e sugestões dos clientes.	**35**
D	Iniciativa para desenvolver todo o seu trabalho sem a supervisão de ninguém.	**40**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de esforço físico.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	O esforço físico é diário, mas leve e executado em poucas horas.	**05**
B	O esforço físico é diário (posição sentada) e executado durante as 6 horas de trabalho.	**10**
C	O esforço físico é diário (posição em pé na maior parte) e executado durante as seis horas de trabalho.	**15**
D	O esforço físico é diário alternando a posições que pode ser sentada, em pé, caminhando, carregando pesos, dirigindo. Executado durante as 12 horas de trabalho.	**20**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de concentração mental e visual.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	A concentração mental e visual é mínima ou quase nula.	**10**
B	A concentração mental e visual é média.	**15**
C	A concentração mental e visual é mais acentuada.	**20**
D	A concentração mental e visual é mais alta.	**25**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de responsabilidades por materiais e equipamentos.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	A responsabilidades por materiais e equipamentos é baixa, mais por materiais.	**05**
B	A responsabilidades por materiais e equipamentos é baixa, responsável por um equipamento enquanto uso.	**10**
C	A responsabilidades por materiais e equipamentos é média, responsável pelo manuseio e pela orientação a outras pessoas quanto ao manuseio também.	**15**
D	A responsabilidades por materiais e equipamentos é alta, está mais ligada a segurança e a obtenção e manutenção dos mesmos.	**20**

1 – Instrução Essencial		
Este fator considera o grau de informações confidências.		
Grau	**Descrição**	**Pontos**
A	Informações confidenciais neste grau é nula.	**05**
B	Informações confidenciais neste grau é média, relacionada às questões numéricas básicas, valor de vendas diárias.	**10**
C	Informações confidenciais neste grau é de média, relacionada mais as questões estratégicas de mercado, como atendimento e fidelização de clientes.	**15**
D	Informações confidenciais neste grau é alta, todas as informações partem dele e voltam para ele.	**20**

Cargos	Fatores de Avaliação																Total de Pontos
	Instrução Essencial		Experiência anterior		Iniciativa		Esforço Físico		Concentração Mental e Visual		Supervisão de Pessoas		Material ou Equipamento		Informações Confidenciais		
	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	Graus	Pontos	
Gerente	D	30	D	35	D	40	D	20	D	25	D	20	D	30	D	25	225
Monitor	C	25	C	30	C	35	C	15	C	20	C	15	C	25	C	20	185
Caixa	B	20	B	25	B	30	B	10	B	15	B	10	B	20	B	15	145
Aux. de Limpeza	A	15	A	20	A	25	A	05	A	10	A	05	A	15	A	10	105

12.4) Parte IV

Manual dos graus que foram elaborados a partir dos requisitos básicos:

1. Experiência; 2.Responsabilidades; 3. Iniciativa; 4.Competência

Graus	Cargos	Descrição
Júnior	Auxiliar de Limpeza Caixa	Tarefas variadas, rotineiras, mas que não tem uma seqüência obrigatória, dando a liberdade para a decisão da ordem que seguirá as atividades. Recebe supervisão esporadicamente. Experiência – 6 meses a 1 ano.
Pleno	Caixa Monitor	Tarefas variadas, rotineiras, mas que não tem uma seqüência obrigatória, dando a liberdade para a decisão da ordem que seguirá as atividades. Maior exigência no relacionamento com clientes e iniciativa para fidelizá-los. Supervisão constante. Experiência – 1 a 1 ano e meio.
Sênior	Gerente	Diversas tarefas, não rotineiras, sem uma seqüência, mas em ordem cronológica variada. Maior necessidade de competência e conhecimentos variados no ramo da administração. Experiência – 3 anos.

12.5) Parte V

a) Formulário do Método de Auto-avaliação

Ficha de Autoconceito	
As informações aqui prestadas serão de caráter absolutamente sigiloso.	
Nome:	
Cargo: Data:	
INSTRUÇÕES: Coloque uma cruz dentro dos quadrados que correspondem a seu julgamento. Para esclarecimentos utilize espaços destinados a "Observações", no final deste questionário. Você deve prestar informações com critério, pois se trata de um exame de sua própria pessoa e cujos resultados serão de valia para estudos da organização, funcionamento e política de pessoal da empresa.	
Fator A	
1 – Freqüentemente cometo erros na execução de meu trabalho	( )
2 – De vez em quando cometo erros em meu trabalho	(...)
3 – Faço meu trabalho sem erro	( )
Fator B	
1 – Prefiro não receber ordens e instruções relativas Á minha conduta profissional e à execução de meu trabalho	( )
2 – Algumas vezes apresento razões, fatos ou sugestões que visam melhorar as ordens e a instruções recebidas. Mas estou sempre disposto a cumpri-las, tais como as recebo.	( )
3 – Cumpro rigorosamente as ordens e instruções recebidas.	( )
Fator C	
1 – Não gosto de resolver problemas inesperados, sem orientação de quem me de direito	( )
2 – Algumas vezes resolvo satisfatoriamente problemas imprevistos	( )
3 – Enfrento situações novas e, geralmente, não sinto dificuldade em resolve-las	( )
Fator D	
1 – Costumo idealizar e planejar novos métodos de trabalho, mas nunca me sinto encorajado a submete-lo à prova	( )
2 – Algumas vezes idealizo e executo, mediante prévia aprovação, novos métodos de trabalho	( )
3 – acho que as coisas estão boas, por isso não vejo razão para sugerir idéias ou novos métodos de trabalho	( )
Fator E	
1 – Quando solicito, coopero com meus colegas	( )
2 – Procuro colaborar com meus colegas, executando com segurança e rapidez meu trabalho	( )
3 – Executo rápida e seguramente meu trabalho, e ainda ofereço, espontaneamente, cooperação a meus colegas z	( )

b) Formulário do Método de avaliação por Escala Gráfica

Conceitos	Ótimo	Bom	Regular	Fraco
Fatores				
Pontualidade				
Qualidade do serviço				
Aceita crítica				
Capacidade de assumir riscos				
Relacionamento Interpessoal				
Responsabilidade				

c) Formulário do Método de avaliação por Frases descritivas

Nº	Fatores de avaliação do desempenho	Sim (+)	Não (-)
1	Possui escolaridade suficiente para o desempenho do cargo?		
2	Costuma estar alegre e sorridente?		
3	Tem experiência no serviço que esta executando?		
4	É contrário a modificações e processos de produção que não devem chegar a terceiros?		
5	Desenvolve um trabalho complexo, prestando muita atenção ás instruções recebidas?		
6	Tem interesse em aprender coisas novas?		
7	Pode planejar, executar e realizar suas tarefas sozinho?		
8	Sua aparência é boa e agradável nos contatos em geral?		
9	Demonstra concentração mental nos trabalhos?		
10	A atenção no trabalho exige que ele esforce a vista?		
11	Presta atenção ás condições de trabalho, principalmente à ordem?		
12	O resultado do trabalho tem erros, e não é satisfatório?		
13	Um curso de especialização é recomendado para o progresso no trabalho?		
14	É desleixado na sua apresentação pessoal e no vestir?		
15	Toma cuidado com ele mesmo e com os colegas no trabalho?		
16	Poderia ter maiores conhecimentos dos trabalhos para render mais?		
17	Olha cuidadosamente o desempenho das máquinas onde trabalha?		
18	Não se desgasta na execução das tarefas?		

12.6) Parte VI

Formulário para entrevista do cargo de Gerente

Nome:	**Data:**
Profissão:	
Formação:	
Experiência: Empresa:	
Endereço:	
Telefone:	
Cargo:	
Conhecimentos técnicos: **Idiomas:** Inglês ( ) Espanhol ( ) Francês ( ) Italiano ( ) Outro ( ) Qual? **Informática:** Windows ( ) Word ( ) Access ( ) Excel ( ) Outro ( ) Qual?	
Conhecimentos gerais: Gerenciamento ( ) Negociações ( ) Liderança ( ) Marketing ( )	
Família: Solteiro ( ) compromissado ( ) Casado ( ) Divorciado ( ) Viúvo ( )	
Perguntas: Você conhece o trabalho que estamos oferecendo? O que você espere dele? Quais suas perspectivas futuras?	
Observações: A aparência pessoal Facilidade de expressão Autoconfiança Quantidade de experiência Domínio de linguagem Motivação Expectativas futuras Aspectos familiares	

Formulário para entrevista do cargo de Monitor

<table>
<tr><td>Nome:</td><td>Data:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Profissão:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Formação:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiência:
Empresa:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Endereço:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Telefone:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Cargo:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Conhecimentos técnicos:

Idiomas:

Inglês ( ) Espanhol ( ) Francês ( ) Italiano ( ) Outro ( )
Qual?

Informática:

Windows ( ) Word ( ) Access ( ) Excel ( ) Outro ( )
Qual?</td></tr>
<tr><td colspan="2">Conhecimentos gerais:

Atendimento ( ) Relacionamento ( ) Liderança ( ) Jogos em rede ( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">Família:

Solteiro ( ) compromissado ( ) Casado ( ) Divorciado ( ) Viúvo ( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">Perguntas:
Você conhece o trabalho que estamos oferecendo?
O que você espere dele?
Quais suas perspectivas futuras?</td></tr>
<tr><td colspan="2">Observações:
A aparência pessoal
Facilidade de expressão
Autoconfiança
Quantidade de experiência
Domínio de linguagem
Motivação
Expectativas futuras
Aspectos familiares</td></tr>
</table>

Formulário para entrevista do cargo de Caixa

<table>
<tr><td>Nome:</td><td>Data:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Profissão:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Formação:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Experiência:
Empresa:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Endereço:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Telefone:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Cargo:</td></tr>
<tr><td colspan="2">Conhecimentos técnicos:

Idiomas:

Inglês ( ) Espanhol ( ) Francês ( ) Italiano ( ) Outro ( )
Qual?

Informática:

Windows ( ) Word ( ) Access ( ) Excel ( ) Outro ( )
Qual?</td></tr>
<tr><td colspan="2">Conhecimentos gerais:

Cálculos financeiros ( ) Raciocínio Lógico ( ) Atendimento ( )

Relacionamento ( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">Família:

Solteiro ( ) compromissado ( ) Casado ( ) Divorciado ( ) Viúvo ( )</td></tr>
<tr><td colspan="2">Perguntas:
Você conhece o trabalho que estamos oferecendo?
O que você espere dele?
Quais suas perspectivas futuras?</td></tr>
<tr><td colspan="2">Observações:
A aparência pessoal
Facilidade de expressão
Autoconfiança
Quantidade de experiência
Domínio de linguagem
Motivação
Expectativas futuras
Aspectos familiares</td></tr>
</table>

Formulário para entrevista do cargo de Auxiliar de limpeza

Nome:	**Data:**
Profissão:	
Formação:	
Experiência: Empresa:	
Endereço:	
Telefone:	
Proprietário:	
Conhecimentos gerais: Produtos de limpeza não abrasivos ( ) Superfícies delicadas ( ) matemática básica ( )	
Família: Solteiro ( ) compromissado ( ) Casado ( ) Divorciado ( ) Viúvo ( )	
Perguntas: Você conhece o trabalho que estamos oferecendo? O que você espere dele? Você sabe receber críticas?	
Observações: A aparência pessoal Facilidade de expressão Autoconfiança Quantidade de experiência Domínio de linguagem Motivação Expectativas futuras Aspectos familiares	